ProSiebenSat.1 Media SE

GESCHÄFTSBERICHT 2021

GROWING TOGETHER

RELEVANT
INNOVATIV
WERTSCHAFFEND

KENNZAHLEN DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

in Mio Euro

	2021	2020
Umsatzerlöse	4.494	4.047
Umsatzrendite vor Steuern (in %)	13,5	9,1
Gesamtkosten[1]	3.970	3.664
Werteverzehr des Programmvermögens	995	966
Adjusted EBITDA[2]	840	706
Adjusted EBITDA-Marge (in %)	18,7	17,4
EBITDA	804	801
Sondereffekte[3]	−36	95
Betriebsergebnis (EBIT)	553	553
Adjusted EBIT	652	514
Finanzergebnis	54	−183
Ergebnis vor Steuern	607	370
Adjusted net income[4]	362	221
Konzernergebnis	442	252
Anteil der Gesellschafter der ProSiebenSat.1 Media SE	449	267
Anteil anderer Gesellschafter	−7	−15
Bereinigtes Ergebnis je Aktie (in Euro)	1,60	0,98
Auszahlungen für die Beschaffung von Programmvermögen	1.060	1.063
Free Cashflow	289	120
Cashflow aus Investitionstätigkeit	−1.249	−1.391
Adjusted Operating Free Cashflow[5]	599	424
Zuschauermarktanteile (in %)[6]	25,5	27,2
	31.12.2021	31.12.2020
HD-Nutzer:innen (in Mio)[7]	11,1	10,6
Mitarbeiter:innen[8]	7.906	7.307
Programmvermögen	1.145	1.213
Eigenkapital	2.099	1.687
Eigenkapitalquote (in %)	31,9	23,8
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	594	1.224
Finanzverbindlichkeiten	2.446	3.192
Verschuldungsgrad[9]	2,2	2,8
Netto-Finanzverbindlichkeiten	1.852	1.968
P7S1 ROCE (in %)[10]	14,1	10,5

1 Die Gesamtkosten umfassen die Umsatz-, Vertriebs- und Verwaltungskosten sowie die sonstigen betrieblichen Aufwendungen.
2 Um Sondereffekte bereinigtes EBITDA.
3 Saldo aus zu bereinigenden Aufwendungen und Erträgen.
4 Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzernergebnis vor Abschreibungen und Wertminderungen aus Kaufpreisallokationen, bereinigt um Sondereffekte. Dazu zählen im sonstigen Finanzergebnis erfasste Bewertungseffekte, Bewertungseffekte aus Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten, Bewertungseffekte aus Zinssicherungsgeschäften sowie sonstige wesentliche Einmaleffekte. Darüber hinaus werden die aus den Bereinigungen resultierenden Steuereffekte ebenfalls bereinigt. Siehe Konzernlagebericht, Kapitel "Planung und Steuerung".
5 Eine Definition des adjusted Operating Free Cashflows findet sich im Kapitel "Planung und Steuerung" des Konzernlageberichts.
6 ProSiebenSat.1 Group; AGF in Zusammenarbeit mit GfK; Marktstandard TV; VIDEOSCOPE 1.4; Zielgruppe: 14–49 Jahre.
7 HD-FTA-Nutzer:innen, Deutschland.
8 Vollzeitäquivalente Stellen zum Stichtag.
9 Verhältnis von Netto-Finanzverbindlichkeiten zum adjusted EBITDA der letzten zwölf Monate.
10 Verhältnis von Ergebnis (ROCE) der letzten zwölf Monate zum durchschnittlichen eingesetzten Kapital.

GROWING TOGETHER

RELEVANT. INNOVATIV. WERTSCHAFFEND.

Geschäftsbericht 2021

In dieselbe Richtung blicken. Kräfte bündeln. Eine Einheit bilden: Als Gruppe sind wir so viel stärker. Weil Gemeinsamkeit für Stabilität sorgt, uns zukunftsfit und krisenfest macht. Und weil wir nur gemeinsam unsere Ziele erreichen und langfristigen Erfolg sichern können. Als Digitalkonzern vereint ProSiebenSat.1 führende Entertainment-Marken mit einem starken Dating & Video- sowie Commerce & Ventures-Portfolio unter einem Dach. Wir nutzen die Millionen-Reichweite unserer TV-Sender, um unsere digitalen Geschäftsfelder weiterzuentwickeln. Indem unsere Segmente aufeinander einzahlen, treiben wir unsere Diversifizierung aus eigener Kraft voran. Und schaffen die Basis für nachhaltiges Wachstum – jede:r für sich und alle zusammen. Daran arbeiten unsere weltweit rund 8.000 Mitarbeiter:innen Tag für Tag. Motiviert. Mutig. Und vor allem: Miteinander.

UNSERE ERGEBNISSE & AMBITIONEN

UNSERE ERGEBNISSE

Die ProSiebenSat.1 Group ist ein innovativer Digitalkonzern und das Zuhause populärer Unterhaltungs- sowie digitaler Verbrauchermarken. Unser strategischer Fokus liegt auf einem diversifizierten Konzernportfolio, das aus drei starken Segmenten besteht, die sich gegenseitig ergänzen: Entertainment, Dating & Video sowie Commerce & Ventures. Wir heben konsequent die Synergien zwischen unseren drei Geschäftsbereichen, was sich sowohl auf die Umsatz- als auch auf die Ergebnisentwicklung der Gruppe positiv auswirkt. Unsere Reichweite und Media-Power sind hierfür die Basis.

Trotz der andauernden COVID-19-Pandemie hat die ProSiebenSat. Group 2021 erneut Erfolg und Resilienz dieses Geschäftsmodells unter Beweis gestellt: Wir haben unsere Finanzziele im Verlauf des Jahres dreimal erhöht und sind als Konzern dynamisch und profitabel gewachsen. Wir erzielen starke Renditen und können unseren Aktionär:innen eine attraktive Dividende bieten.

Neuer Rekordumsatz

4,5 MRD EURO

Konzernumsatz in 2021

Kontinuierliches Umsatzwachstum

Ø +7 %

in den vergangenen zehn Jahren

Konsequente Cashflow-Orientierung

–117 MIO EURO

Netto-Finanzverschuldung

Dividendenstark

0,80 EURO

Dividendenvorschlag um 63 % erhöht

Profitabel

+19 %

Anstieg des adjusted EBITDA

Lokale, relevante Live-Inhalte

+13,5 %

lokales Programm in der Prime Time

Medium Nummer 1

37 %

der Ø täglichen Mediennutzung geht an TV

Zentrale digitale Plattform

~4 MIO

Unique User:innen für Joyn

Innovative Werbetechnologien

+20 %

zielgerichtete Addressable-TV-Kampagnen

Starke Streamer:innen

200.000

Stunden Live-Streaming-Content der ParshipMeet Group-Creator:innen täglich

Media-Power

+65 %

Markenbekanntheit des Urban Sports Club nach unserem Investment

Diversifizierungstreiber

+63 %

Umsatzwachstum im Segment Dating & Video, v.a. durch den Kauf der The Meet Group

Barrierefreie Angebote

+23 %

Sendungen mit Untertiteln

Klimaschutz

–5 %

Treibhausgasemissionen

UNSERE AMBITIONEN

Wir wollen einer der führenden digitalen Infotainment- und Entertainment-Anbieter in der DACH-Region sein und mit dieser Stärke weltweite, synergetische digitale Verbraucherplattformen auf- und ausbauen. Mit dieser Strategie will die ProSiebenSat. Group auch mittel- und langfristig attraktiv für alle Stakeholder sein und mit einer klaren Ergebnis- und Cashflow-Orientierung in allen drei Segmenten profitabel wachsen.

Im Mittelpunkt steht dabei eine konsequente Wertschaffung: Wir schärfen unseren Blick für die mittelfristige Rendite auf das eingesetzte Kapital und wollen unseren Aktionär:innen weiterhin eine verlässliche Dividende ausschütten. Dafür ergreifen wir die Wachstumschancen im Entertainment-Geschäft, bauen insbesondere unsere digitale Reichweite aus und nutzen diese Stärke, um damit auch unser Dating & Video- sowie Commerce & Ventures-Geschäft zu befeuern. Denn diese Segmente zahlen ebenso auf den Wert von ProSiebenSat.1 ein. Gleichzeitig sind wir uns auch unserer gesellschaftlichen Verantwortung bewusst und entwickeln die Nachhaltigkeitsleistung unseres Konzerns konsequent weiter.

Profitables, organisches Umsatzwachstum

Ø +4 - 5 %

mittel- bis langfristig pro Jahr

P7S1 ROCE
(Return on Capital Employed)

>15 %

mittelfristiger Zielwert

Verschuldungsgrad

1,5x - 2,5x

Verhältnis von Netto-Finanzverbindlichkeiten zum LTM adjusted EBITDA des Konzerns

Dividendenpolitik

ca. 50 %

des adjusted net income

Nachhaltigkeit

KLIMA-NEUTRALITÄT

bis 2030

MAGAZIN



UNSER VORSTAND

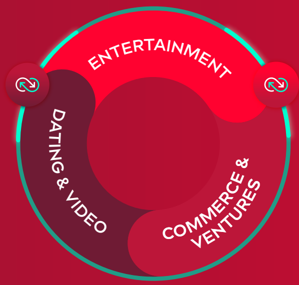
Rainer Beaujean ist seit Januar 2022 Vorstandsvorsitzender der Gruppe, Ralf Peter Gierig neuer Finanzvorstand. Wolfgang Link verantwortet weiterhin den Bereich Entertainment sowie Christine Scheffler HR, Compliance & Sustainability. Im Interview mit Linda Zervakis spricht Rainer Beaujean unter anderem über die Geschäftsentwicklung von ProSiebenSat.1.

Jetzt im Online-Bericht lesen
→ geschaeftsbericht2021.prosiebensat1.com/magazin/unser-vorstand

UNSERE STRATEGIE

Unser Fokus liegt auf einem diversifizierten Portfolio, das aus drei starken Segmenten besteht: Entertainment, Dating & Video sowie Commerce & Ventures. Unser Ziel ist es, in allen Segmenten konsequent die Synergien zu heben und so profitabel zu wachsen. Unsere Ambition: eine mittel- bis langfristige Steigerung des Konzernumsatz um durchschnittlich 4 bis 5 Prozent pro Jahr.

Jetzt im Online-Bericht lesen
→ geschaeftsbericht2021.prosiebensat1.com/magazin/unsere-strategie





RELEVANT

Mit unseren TV- und Digital-Angeboten erreichen wir jeden Tag Millionen von Zuschauer:innen und Nutzer:innen. Deshalb rücken wir die wirklich wichtigen Themen in den Mittelpunkt: Mit relevanten Inhalten aus eigener Hand und neuen Sicherheits-Standards für unsere Plattformen.

Jetzt im Online-Bericht lesen
→ geschaeftsbericht2021.prosiebensat1.com/magazin/relevant

INNOVATIV

Kreativität ist unser Motor: Das zeigen zukunftsweisende Vermarktungstechnologien ebenso wie reichweitenstarke Werbekampagnen. Auch im Digital-Universum überzeugen wir mit einzigartigem Content aus unserem weltweiten Creator:innen-Netzwerk.

Jetzt im Online-Bericht lesen
→ geschaeftsbericht2021.prosiebensat1.com/magazin/innovativ





WERTSCHAFFEND

Wir vereinen Entertainment-Marken mit einem starken Dating & Video- sowie Commerce & Ventures-Portfolio. Indem wir die Zusammenarbeit unserer Segmente auf ein neues Level heben und Marken groß machen, treiben wir unsere Diversifizierung voran – und erreichen eine ganz neue Power.

Jetzt im Online-Bericht lesen
→ geschaeftsbericht2021.prosiebensat1.com/magazin/wertschaffend

INHALT



RALF PETER GIERIG
Vorstandsmitglied & Finanzvorstand (Group CFO)

RAINER BEAUJEAN
Vorstandsvorsitzender (Group CEO)

CHRISTINE SCHEFFLER
Vorstandsmitglied (verantwortlich für HR, Compliance & Sustainability)

WOLFGANG LINK
Vorstandsmitglied (verantwortlich für Entertainment)

unser VORSTAND

ProSiebenSat.1 hat mit der neuen Vorstandsaufstellung die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft gestellt: Rainer Beaujean ist seit dem 1. Januar 2022 Vorstandsvorsitzender der Gruppe, Ralf Peter Gierig der neue Finanzvorstand. Wolfgang Link verantwortet weiterhin den Bereich Entertainment sowie Christine Scheffler HR, Compliance & Sustainability.

Beyond Bilanz:
Der ProSiebenSat.1-Podcast

Im Gespräch mit Steven Gätjen erzählen Rainer Beaujean, Wolfgang Link, Christine Scheffler und Ralf Gierig über ihre Zusammenarbeit und blicken auf die Meilensteine des zurückliegenden Geschäftsjahres. Warum sich unsere breite Aufstellung auszahlt und wie die verschiedenen Geschäftsmodelle sich gegenseitig ergänzen – jetzt reinhören!

→ **geschaeftsbericht2021.prosiebensat1.com#podcast**



Jetzt im Online-Bericht den Podcast anhören

„REICHWEITE IST DER KERN, DER UNSERE SEGMENTE MITEINANDER VERBINDET"

UNSER CEO RAINER BEAUJEAN IM GESPRÄCH MIT LINDA ZERVAKIS

Die Journalistin Linda Zervakis arbeitet seit April 2021 für ProSiebenSat.1 und moderiert seither u.a. auf ProSieben gemeinsam mit Matthias Opdenhövel die Infotainment-Sendung „Zervakis & Opdenhövel. Live."(ZOL). Jetzt hat Linda Zervakis den Vorstandsvorsitzenden des Konzerns, Rainer Beaujean, ins ZOL-Studio eingeladen, um mit ihm über die Geschäftsentwicklung von ProSiebenSat.1 zu sprechen. Weitere Themen: Wie sich ProSiebenSat.1 als Digitalkonzern von klassischen Medienhäusern unterscheidet und welche Ambitionen Beaujean mit dieser Strategie verfolgt. Schauen Sie das komplette Interview im Video!



Linda Zervakis begrüßt Rainer Beaujean zum Interview im ZOL-Studio.
→ **geschaeftsbericht2021.prosiebensat1.com/magazin/unser-vorstand**

Jetzt im Online-Bericht anschauen

Rainer, was waren für Dich die Meilensteine, wenn Du auf 2021 zurückblickst?

Rainer Beaujean: Zunächst einmal unsere operative Performance: Wir haben es geschafft, im Jahresverlauf dreimal unseren Ausblick zu erhöhen. Das unterstreicht, dass es uns als Team gelungen ist – trotz der anhaltenden Pandemie – zusammen zu wachsen und so wieder ein sehr, sehr gutes Ergebnis hinzulegen. Hier möchte ich mich ausdrücklich bei allen Mitarbeiter:innen für ihren Einsatz bedanken sowie ebenso bei unserem Betriebsrat, Aufsichtsrat sowie allen Aktionär:innen für die Unterstützung in 2021. Operativ haben wir im Entertainment-Bereich unseren Programmfokus „lokal, live und relevant" weiter ausgebaut und uns so klar als Nummer 1 im deutschen Zuschauermarkt behauptet. Bei ParshipMeet, also unserem Dating & Video-Segment, haben wir die The Meet Group weiter integriert – obwohl wir uns wegen Corona seit dem Kauf in 2020 kaum persönlich austauschen konnten. Und im Commerce & Ventures-Bereich hatten wir bis zu Beginn des vierten Quartals eine starke Performance, die dann Omikron und die Energiekrise mit ihren Auswirkungen auf unser Vergleichsportal Verivox etwas beeinträchtigt haben. Man sieht: Wir haben unsere Strategie über das gesamte Jahr konsequent umgesetzt und unsere Aufstellung, in der sich unsere drei Geschäftsbereiche gegenseitig stärken, zahlt sich aus.

Wie behauptet sich ProSiebenSat.1 als Digitalkonzern gegen traditionelle Medienhäuser?

Rainer Beaujean: Wir sind als Medienunternehmen groß geworden und das ist auch weiterhin ein wichtiger Teil unserer DNA: Wir haben ein sehr starkes Entertainment-Geschäft, das wir konsequent digitalisieren. Hierfür sind die Streaming-Plattform Joyn und unsere Digital-Media- und Entertainment-Company Studio71 wichtig. Und wir konzentrieren uns auf die jungen Zielgruppen und kommunizieren dort auf Augenhöhe.

Unsere Ambition ist, durchschnittlich 4 - 5 % pro Jahr zu wachsen.

RAINER BEAUJEAN
Vorstandsvorsitzender ProSiebenSat.1 Media SE

Rainer Beaujean: Was uns im Wesentlichen unterscheidet, ist vor allem, wie wir die Reichweite unserer Unterhaltungs- und Info-Angebote nutzen – nämlich um Marken auf- und auszubauen. Und zwar nicht nur die unserer Werbekund:innen, sondern auch unsere eigenen Verbrauchermarken. Reichweite ist also der Kern, der unsere drei Segmente miteinander verbindet, unser Geschäft stark und auch robuster als andere macht. Das haben wir in der Krise gesehen.

Die Verbindung der drei Geschäftsfelder bildet also das Zentrum Eurer Strategie?

Rainer Beaujean: Genau. Unsere drei Geschäftsbereiche fördern und stärken sich gegenseitig. Dieses Zusammenspiel bezeichnen wir als Synergien – die Verbindungen unserer Segmente, die sich positiv auf unser Geschäft insgesamt auswirken, zum Beispiel auf die Umsatz- und Ergebnisentwicklung. Wichtig ist eben unsere große Reichweite: 60 Mio Menschen, das ist der Startpunkt.

Rainer Beaujean: Darauf aufbauend nutzen wir die Werbezeiten auf unseren Plattformen, die sonst frei bleiben würden, als Investitionswährung. Das funktioniert natürlich besonders gut bei digitalen Marken und Geschäftsmodellen, die Verbraucher:innen direkt ansprechen. Zum Beispiel haben wir so bereits Marken wie Verivox, Jochen Schweizer, mydays oder Flaconi zu großen Playern im deutschsprachigen Raum gemacht. Diesen Weg wollen wir im Commerce & Ventures-Bereich weiter gehen. So ist übrigens auch die ParshipMeet Group entstanden. Denn wenn ein Geschäft einen internationalen Plattformcharakter hat, sind wir auch bereit, über die DACH-Region hinauszugehen. Andersherum sind wir ebenfalls sehr klar: Wenn wir nicht mehr der beste Besitzer sind und das Wachstum nicht mehr mit unserer Unterstützung vorantreiben können, dann verkaufen wir auch wieder und realisieren den Wert.

Welche Ambitionen stecken hinter dieser Strategie?

Rainer Beaujean: Wir wollen einer der führenden digitalen Info- und Entertainment-Anbieter im deutschsprachigen Raum sein – und mit dieser Stärke digitale, ggf. sogar weltweite, Verbraucherplattformen auf- und ausbauen. Diese Ambition soll sich positiv auf unser Wachstum und die Wertsteigerung von ProSiebenSat.1 auswirken. Wir sind in den vergangenen zehn Jahren im Schnitt um sieben Prozent gewachsen und haben so unseren Umsatz in diesem Zeitraum mehr als verdoppelt. Insbesondere weil wir uns durch die Bereiche Dating & Video sowie Commerce & Ventures konsequent breiter aufgestellt haben. In Zukunft – und das ist unser Ambitionsniveau – wollen wir mit durchschnittlich 4 bis 5 Prozent pro Jahr wachsen. Das ist in Relation zu dem Umsatz von über 4 Mrd Euro, den wir heute schon erzielen, ambitioniert. Aber wir wollen das zusammen in allen drei Segmenten schaffen. Gleichzeitig lässt sich die Stärke einer Strategie aus unserer Sicht nicht nur finanziell messen, sondern auch nichtfinanzielle Aspekte werden für den dauerhaften Erfolg immer wesentlicher. Wir nehmen unsere unternehmerische und gesellschaftliche Verantwortung sehr ernst und setzen uns deshalb unter anderem für Meinungsbildung und Demokratieförderung, Diversität und Gleichberechtigung sowie Klima- und Umweltschutz ein.

unsere strategie

WE EMPOWER BRANDS AND CREATE MOMENTS THAT MATTER

ProSiebenSat.1 ist ein innovativer Digitalkonzern und das Zuhause populärer Unterhaltungs- sowie digitaler Verbrauchermarken. Der strategische Fokus unserer Gruppe liegt auf einem diversifizierten Konzernportfolio, das aus drei starken Segmenten besteht, die sich gegenseitig ergänzen: Entertainment, Dating & Video sowie Commerce & Ventures.

Unser Ziel ist es, in allen drei Segmenten profitabel zu wachsen. **Dabei ist unsere Ambition, unseren Konzernumsatz mittel- bis langfristig um durchschnittlich 4 bis 5 Prozent pro Jahr zu steigern. Gleichzeitig haben wir die Profitabilität unserer Investitionen fest im Blick und wollen mittelfristig einen P7S1 ROCE (Return on Capital Employed) von mehr als 15 Prozent erzielen.** Dafür heben wir auch konsequent die Synergien zwischen unseren drei Geschäftsbereichen, was sich sowohl auf die Umsatz- als auch auf die Ergebnisentwicklung der Gruppe positiv auswirkt. Unsere Reichweite und Media-Power sind hierfür die Basis. Wir konzentrieren uns jedoch nicht nur auf die Synergien zwischen den Segmenten Entertainment und Dating & Video bzw. Entertainment und Commerce & Ventures, sondern arbeiten auch erfolgreich daran, dass die Gruppe insgesamt zusammenwächst und alle drei Segmente ineinandergreifen.
→ **geschaeftsbericht2021.prosiebensat1.com/magazin/wertschaffend#liebe-auf-den-ersten-kick**

Marken zu stärken und unvergessliche Momente zu schaffen – das ist der Kern unserer Gruppe und treibt uns jeden Tag an. Wir informieren, unterhalten und verbinden Menschen rund um die Uhr. Wir bieten ihnen Produkte, Services und Erlebnisse, die ihren Alltag bereichern. So erreichen wir Tag für Tag Millionen von Menschen.

Wir zeigen Unterhaltung und Information auf allen Plattformen – live und on-demand. Hiermit leisten wir auch einen wichtigen Beitrag zur Meinungsbildung und Meinungsvielfalt. Die große Reichweite unserer Entertainment-Angebote nutzen wir, um Marken bekannt zu machen und schaffen Umfelder, in denen sie nachhaltig wachsen können. Davon profitieren nicht nur die Marken unserer Werbekund:innen, sondern auch unsere eigenen Verbrauchermarken in den Segmenten Dating & Video sowie Commerce & Ventures. Hier investieren wir in digitale Marken und Geschäftsmodelle sowie internationale Plattformen mit langfristigen Wachstumsaussichten und einem hohen Synergiepotenzial mit unserem Entertainment-Segment.

UNSERE ZIELE & AMBITIONEN

Wir wollen einer der führenden digitalen Infotainment- und Entertainment-Anbieter in der DACH-Region sein und mit dieser Stärke weltweite, synergetische digitale Verbraucherplattformen auf- und ausbauen. Mit dieser Strategie will die ProSiebenSat.1 Group auch mittel- und langfristig attraktiv für alle Stakeholder sein und mit einer klaren Ergebnis- und Cashflow-Orientierung in allen drei Segmenten profitabel wachsen – auch um den Anteil der Geschäftsbereiche außerhalb der TV-Werbeerlöse in der DACH-Region zunehmend zu vergrößern und so die Resilienz des Geschäftsmodells weiter zu stärken.

Im Mittelpunkt steht dabei eine konsequente Wertschaffung: Deshalb hat der Konzern weiterhin das Ziel, mittelfristig einen P7S1 ROCE (Return on Capital Employed) von über 15 Prozent zu erreichen, eine verlässliche Dividende von ca. 50 Prozent des adjusted net income an die Aktionär:innen auszuschütten sowie seinen Verschuldungsgrad in einer Bandbreite von 1,5x bis 2,5x beizubehalten.

In den vergangenen zehn Jahren hat die ProSiebenSat.1 Group ihr Geschäft – insbesondere durch die Bereiche Dating & Video sowie Commerce & Ventures – konsequent diversifiziert. Mit dieser erfolgreichen Strategie ist der Konzern durchschnittlich um 7 Prozent pro Jahr gewachsen und hat so seinen Umsatz in diesem Zeitraum mehr als verdoppelt. **Ausgehend von diesem starken Umsatzniveau hat sich der Konzern die Ambition gesetzt, mittel- bis langfristig ein profitables, organisches Umsatzwachstum von durchschnittlich 4 bis 5 Prozent pro Jahr zu erwirtschaften.** Basis dafür bleibt die klare Strategie von ProSiebenSat.1, die auf das wertschaffende Zusammenspiel der Geschäftsbereiche der Gruppe fokussiert ist.

UNSER ZIEL

Wir sind einer der führenden digitalen Infotainment- und Entertainment-Anbieter in der DACH-Region und bauen mit dieser Stärke weltweite synergetische digitale Verbraucherplattformen auf und aus

WIR ERREICHEN EINE FÜHRENDE WETTBEWERBSPOSITION DADURCH, DASS ...

1. unser **Entertainment-Segment** den Markt für **Video-Inhalte in der DACH-Region anführt**
2. unsere anderen Segmente wie **Dating & Video** und **Commerce & Ventures** u.a. von unserer **großen, relevanten Reichweite profitieren** und dadurch **führende, ggf. sogar weltweite Marken bauen**
3. wir in einer **zukunftsfähigen, digital-fokussierten Organisation** arbeiten

we empower brands and create moments that matter

WIR BLEIBEN FÜR ALLE STAKEHOLDER HOCHATTRAKTIV DADURCH, DASS ...

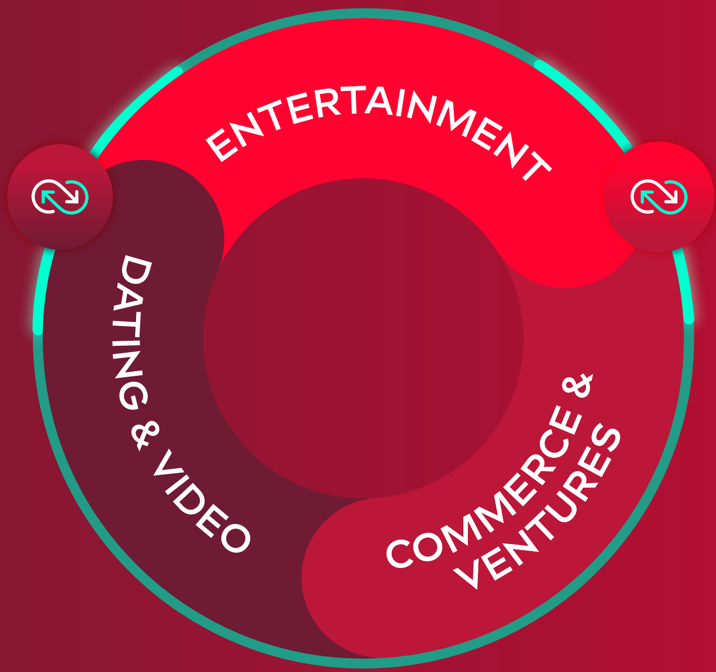
1. wir weiterhin **Wert für unsere Aktionär:innen schaffen** und **starke Wachstumsambitionen** haben
2. wir uns klar zu unseren **Verpflichtungen in den Bereichen Gesellschaft, Diversität & Inklusion, Klima & Umwelt** sowie **Governance & Compliance** bekennen
3. wir zu den **besten Arbeitgebern unserer Branche** zählen

UNSERE MITTEL- BIS LANGFRISTIGEN WACHSTUMSAMBITIONEN

Wir streben ein **durchschnittliches organisches Umsatzwachstum von 4 bis 5 % pro Jahr an**

- Wir investieren in Marken solange wir der **beste Eigentümer** sind bzw. **schaffen** auch **Wert** durch Verkäufe
- Wir schaffen kontinuierlich weiter **Wert mit einem P7S1 ROCE von >15 %,** schütten eine **verlässliche Dividende** für unsere Aktionär:innen aus (ca. **50 % des adjusted net income**) und halten unseren **Verschuldungsgrad bei 1,5x bis 2,5x**

UNSERE SEGMENTE & SYNERGIEN



SEGMENT ENTERTAINMENT

Im Segment Entertainment konzentrieren wir uns auf die Kernmärkte Deutschland, Österreich und Schweiz. Hier vereinen wir führende lineare und digitale Entertainment-Plattformen mit dem Content-, Distributions- und Vermarktungsgeschäft.

Unser Anspruch ist es, auch künftig Marktführer für Video-Inhalte in der DACH-Region zu sein: Dafür fokussieren wir uns auf die Produktion von lokalen, relevanten Inhalten, die wir immer mehr selbst produzieren sowie gezielt live und on-demand über alle Plattformen ausspielen. Insbesondere die Streaming-Plattform Joyn sowie unsere Digital Media und Entertainment-Company Studio71 spielen für unsere wachsende digitale Reichweite eine wichtige Rolle.

Mit unserem Digital-Fokus erhöhen wir unsere Gesamtreichweite und stärken unsere Monetarisierungsmöglichkeiten. Vor allem durch moderne, digitale Werbeprodukte ermöglichen wir unseren Werbekund:innen die zielgerichtete Ansprache von Nutzer:innen und erschließen damit zusätzliches Umsatzpotenzial. Auf diese Weise schaffen wir ein zukunftsfittes, profitables Entertainment-Geschäft und gleichzeitig auch die Grundlage für Wachstum in den anderen beiden Segmenten.

SEGMENT COMMERCE & VENTURES

Im Segment Commerce & Ventures bündeln wir die Wachstumsgeschäfte der ProSiebenSat.1 Group, die wir über unsere Medialeistung sowie die Kraft unserer Marken aufbauen und erfolgreich machen. Über unsere unterschiedlichen Beteiligungsformen können wir Unternehmen in den verschiedensten Wachstumsphasen begleiten. **Unser Ziel ist es, hier zum führenden Markeninvestor in der DACH-Region zu werden.** Dafür investieren wir in digitale Verbrauchermarken mit langfristigem strukturellen Wachstumspotenzial und Synergien mit unserem Unterhaltungsgeschäft.

Unsere Investitionsstrategie ist smart: Wir finanzieren Wachstum auch ohne hohe Barinvestments über Media, nach dem Prinzip „Reichweite trifft Idee“. Wir erschließen mit dieser Investmentstrategie neue Marktsegmente und erwirtschaften steigende Renditen.

Dabei gilt: Wir bewerten kontinuierlich, ob ProSiebenSat.1 in der jeweils nächsten Entwicklungsphase immer noch der beste Eigentümer bzw. Investor des jeweiligen Unternehmens ist. Sollte ein Geschäft nicht mehr in hohem Maße von der Zusammenarbeit im Konzern profitieren oder kein Potenzial für ein internationales Plattformgeschäft haben, sind wir bereit, diese gut entwickelten Commerce-Marken an einen geeigneteren Eigentümer zu verkaufen, den geschaffenen Wert zu realisieren und so auch unseren Cashflow zu stärken. Gleichzeitig können wir mit erfolgreichen Unternehmen, die wir in diesem Geschäftsbereich aufgebaut haben, auch eine neue, eigene Wachstumssäule der Gruppe schaffen, wie zuletzt mit Dating & Video.

SEGMENT DATING & VIDEO

Unser Dating & Video-Segment ist das beste Beispiel für den Erfolg unserer Investitionsstrategie: Der Bereich mit der ParshipMeet Group ist aus einem erfolgreichen Commerce & Ventures-Geschäft entstanden. Das initiale Investment im Bereich Online-Matchmaking erfolgte 2012 über eine Media-for-Revenue-Partizipation an Parship, in den folgenden Jahren hat ProSiebenSat.1 dann die Mehrheit erworben und weitere Online-Dating-Marken gekauft – zuletzt die The Meet Group. Heute bietet die ParshipMeet Group ein breites Spektrum an Online-Dating-Plattformen. **Dabei ist unser Ziel, die ParshipMeet Group als einen der führenden international agierenden Mobile-First-Player in den Bereichen Dating und Social Entertainment zu etablieren.** Dazu bauen wir ein synergetisches Plattform-Ökosystem für Social Entertainment, Dating und Online-Matchmaking auf.

Die ParshipMeet Group agiert in einem stark wachsenden Marktumfeld mit einem breit aufgestellten Erlösmodell. Dazu gehören kurz- und langfristige Abonnements, der Verkauf virtueller Güter, Marketingleistungen und Vertriebserlöse. Die Plattformen sprechen eine breite Zielgruppe in einem großen geografischen Raum an. Ein wichtiges Element ist das Know-how der ParshipMeet Group im Bereich Live-Video-Streaming. Das stärkt unsere Position im Dating-Geschäft und eröffnet neues Wachstumspotenzial für den gesamten Konzern.

SYNERGIEN ENTERTAINMENT – DATING & VIDEO

Das Entertainment-Geschäft bietet durch die Reichweite und Vermarktungsangebote unserer Plattformen die Möglichkeit, die Bekanntheit der ParshipMeet-Marken in den deutschsprachigen Märkten weiter zu steigern. Dies hat bereits in der Vergangenheit die marktführenden Positionen der Dienste Parship und ElitePartner deutlich unterstützt. Wir wollen darüber hinaus die Bereiche Entertainment und Dating & Video eng verzahnen und damit stärken: Durch die Kombination der Live-Video-Streaming-Kompetenz der ParshipMeet Group mit unserer Entertainment-Expertise schaffen wir neue Möglichkeiten für eine wertschaffende Zusammenarbeit.

SYNERGIEN ENTERTAINMENT – COMMERCE & VENTURES

Durch die Reichweite und Vermarktungsangebote unseres Entertainment-Geschäfts bauen wir sowohl unsere eigenen Commerce-Marken als auch die unserer Ventures-Partner zu führenden Verbrauchermarken auf. Mit der Werbung auf unseren Plattformen unterstützen wir die Unternehmen dabei, ihre Markenbekanntheit zu stärken und Umsatz und Unternehmenswert zu erhöhen. Dadurch entstehen langfristige, enge Kundenbeziehungen zwischen den Unternehmen und unserer Vermarktung. Diese Investitionsstrategie in Kombination mit einem attraktiven Entertainment-Geschäft stärkt unseren ROI (Return on Investment) sowie unsere Dividendenrendite. Zusätzlich generieren wir über unsere Commerce-Beteiligungen Daten, mit denen wir unsere Werbeangebote adressierbar machen und individuell auf unsere Nutzer:innen zuschneiden können.

AN UNSERE AKTIONÄRE

BERICHT DES AUFSICHTSRATS

SEHR GEEHRTE AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE,

hinter uns liegt erneut ein außergewöhnliches Jahr: Es ist ProSiebenSat.1 gelungen, trotz der Herausforderungen der COVID-19-Pandemie ein Rekordjahr zu verzeichnen. Dabei hat der Konzern alle seine zu Jahresbeginn gesteckten Finanzziele deutlich übertroffen.

Diese Ergebnisse unterstreichen, dass die Strategie des Konzerns, die auf drei starken Segmenten basiert, sehr gut funktioniert und erfolgreich ist: Dank dieser breiten Aufstellung und der konsequenten Verbindung der drei Geschäftsbereiche ist ProSiebenSat.1 bestens für die Herausforderungen der Zukunft gerüstet. Rainer Beaujean hat uns im Juni 2020 gemeinsam mit seinen Vorstandskolleg:innen Wolfgang Link und Christine Scheffler diese langfristig ausgerichtete Strategie vorgestellt, die der gesamte Aufsichtsrat voll und ganz unterstützt.

Wir sind sehr zufrieden mit der Entwicklung von ProSiebenSat.1. Der Konzern ist auch im vergangenen Jahr und trotz der durch die Pandemie gekennzeichneten schwierigen Rahmenbedingungen 2021 profitabel gewachsen und hat seine Umsätze signifikant gesteigert. Dabei übertreffen die Entertainment-Erlöse nicht nur den Vorjahreswert, sie liegen auch bereits wieder klar über dem Niveau des Vor-Corona-Jahres 2019. Zugleich zahlen sich die Diversifizierung und der starke Fokus auf Synergien in allen Segmenten aus.

Über die letzten Monate hat der Vorstand gemeinsam und erfolgreich eine der größten Krisen der heutigen Zeit gemeistert. Der Konzern ist in dieser Zeit noch enger zusammengewachsen. Dafür möchten wir dem Vorstandsteam genauso wie allen Mitarbeiter:innen danken. Es ist die Leistung jedes:r einzelnen, dass ProSiebenSat.1 auch 2021 dynamisch gewachsen ist und den Wettbewerb weiter anführt.



ZUSAMMENARBEIT ZWISCHEN VORSTAND UND AUFSICHTSRAT

Der Vorstand der Gesellschaft wird von uns, dem Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE, umfassend beraten und begleitet. Der Aufsichtsrat hat auch im Geschäftsjahr 2021 die ihm nach Gesetz, Satzung und Geschäftsordnung obliegenden Aufgaben wahrgenommen und die Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) berücksichtigt.

Der Aufsichtsrat hat im Geschäftsjahr 2021 den Vorstand in enger und vertrauensvoller Zusammenarbeit bei der Leitung des Unternehmens regelmäßig beraten und ihn bei der Führung der Geschäfte sorgfältig und kontinuierlich überwacht. Mit der operativen und strategischen Entwicklung des Konzerns setzten wir uns eingehend auseinander. Dazu wurde das Aufsichtsratsgremium vom Vorstand regelmäßig, zeitnah und umfassend über alle für das Unternehmen relevanten Fragen der Strategie, der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Risikolage, des Risikomanagements und der Compliance unterrichtet. Abweichungen des Geschäftsverlaufs von den Plänen hat der Vorstand dem Aufsichtsrat im Einzelnen erläutert und mit ihm erörtert. Aus diesem Grund wurden wir in sämtliche Entscheidungen, die für das Unternehmen von grundlegender Bedeutung waren, frühzeitig und unmittelbar eingebunden.

Die Aufsichtsratssitzungen waren von einem intensiven und offenen Austausch mit dem Vorstand gekennzeichnet. Fester Bestandteil der Sitzungen sind zudem „Closed Sessions", in denen die Mitglieder des Aufsichtsrats ohne den Vorstand tagen. Sofern nach Gesetz, Satzung oder Geschäftsordnung für einzelne Maßnahmen die Zustimmung des Aufsichtsrats oder eines Ausschusses erforderlich war, haben wir hierüber beraten und einen entsprechenden Beschluss gefasst. Über alle zustimmungspflichtigen Angelegenheiten wurden wir stets umfassend informiert, entsprechende Beschlussvorlagen des Vorstands lagen uns rechtzeitig zur Prüfung vor. Das Gremium wurde dabei im Einzelnen durch die jeweils zuständigen Ausschüsse unterstützt und diskutierte die zur Entscheidung anstehenden Vorhaben mit dem Vorstand.

Zusätzlich zu den Aufsichtsratssitzungen hat uns der Vorstand anhand schriftlicher Monatsberichte über die wichtigsten wirtschaftlichen Kennzahlen informiert und die unterjährigen Finanzinformationen bzw. den Jahresfinanzbericht vorgelegt. Über besondere Vorgänge wurden wir auch außerhalb der Sitzungen und der Regelberichterstattung unverzüglich informiert und bei Bedarf – in Abstimmung mit mir als Aufsichtsratsvorsitzendem – um eine Beschlussfassung per Umlaufverfahren gebeten. Zudem stand ich fortlaufend in engem persönlichem Dialog mit dem Vorstandssprecher & Finanzvorstand Rainer Beaujean und war auch mit den beiden Vorstandsmitgliedern Wolfgang Link und Christine Scheffler im Austausch.

Der Aufsichtsrat war aufgrund der Berichterstattung des Vorstands stets umfassend über die Lage der Gesellschaft informiert, in anstehende Entscheidungen frühzeitig und direkt involviert und konnte so seine Aufgaben vollumfänglich wahrnehmen. Eine Einsichtnahme in die Bücher und Schriften der Gesellschaft war über die uns im Rahmen der Berichterstattung des Vorstands vorgelegten Unterlagen hinaus daher nicht erforderlich.

SCHWERPUNKTE DER BERATUNGS- UND KONTROLLTÄTIGKEIT DES AUFSICHTSRATS

Der Aufsichtsrat befasste sich im Geschäftsjahr 2021 mit der Geschäfts- und Finanzlage, den grundsätzlichen Fragen der Unternehmenspolitik und -strategie, der allgemeinen Personalsituation sowie besonderen Investitionsvorhaben. Das Vorstandsteam hat die strategische Ausrichtung in allen Bereichen intensiv mit dem Aufsichtsrat abgestimmt.

Insgesamt fanden im Jahr 2021 sechs ordentliche Sitzungen sowie sechs außerordentliche Sitzungen des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE statt. Aufgrund der COVID-19-Pandemie wurden alle Sitzungen in Form einer Videokonferenz bzw. mit telefonischer Teilnahme

durchgeführt. Mit einer Ausnahme haben alle Aufsichtsratsmitglieder an allen Sitzungen teilgenommen. Eine Übersicht der Sitzungsteilnahme gibt nachfolgende Tabelle:

INDIVIDUALISIERTE OFFENLEGUNG DER SITZUNGSTEILNAHME IM GESCHÄFTSJAHR 2021

	Aufsichtsrats-plenum Ordentliche Sitzungen	Aufsichtsrats-plenum außerord. Sitzungen	Prüfungs-ausschuss	Personal-ausschuss	Präsidial- und Nominierungs-ausschuss	Kapitalmarkt-ausschuss
Dr. Werner Brandt, Vorsitzender	6/6	6/6	7/7	3/3	1/1	1/1
Dr. Marion Helmes, stellv. Vorsitzende	6/6	6/6	7/7	3/3	1/1	1/1
Lawrence A. Aidem	6/6	6/6	—	3/3	1/1	—
Adam Cahan (Niederlegung zum 12. November 2021)	5/5	5/5	—	—	—	—
Erik Huggers	6/6	6/6	—	—	—	—
Marjorie Kaplan	6/6	6/6	—	—	1/1	—
Ketan Mehta	6/6	6/6	—	—	1/1	1/1
Dr. Antonella Mei-Pochtler	5/6	5/6	7/7	—	—	—
Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher	6/6	6/6	7/7	3/3	—	1/1
Dr. Andreas Wiele (gerichtlich bestellt mit Wirkung zum 13. Februar 2022)	—	—	—	—	—	—

Wesentliche Themen der einzelnen Sitzungen im Jahr 2021 waren:

– In der Bilanzsitzung am 3. März 2021 verabschiedete der Aufsichtsrat den Jahres- und Konzernabschluss, den Lagebericht für die Gesellschaft und den Konzern, den Nichtfinanziellen Bericht, die Erklärung zur Unternehmensführung, den Bericht des Aufsichtsrats sowie den Vergütungsbericht, jeweils für das Geschäftsjahr 2020. Gestützt auf die Empfehlung des Prüfungsausschusses hat der Aufsichtsrat in dieser Sitzung ferner zugestimmt, der ordentlichen Hauptversammlung am 1. Juni 2021 die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft mit Sitz in Stuttgart („Ernst & Young") bzw. als Alternative die PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft („PricewaterhouseCoopers") zur Wahl als Abschlussprüfer für das Geschäftsjahr 2021 vorzuschlagen. Des Weiteren hat der Aufsichtsrat beschlossen, sich dem Gewinnverwendungsvorschlag des Vorstands anzuschließen und der Hauptversammlung vorzuschlagen, den Bilanzgewinn mit einer Ausschüttungsquote von 50,1 Prozent bezogen auf das adjusted net income des Konzerns als Dividende auszuzahlen.

  Der Aufsichtsrat folgte ebenfalls den Empfehlungen des Personalausschusses und genehmigte die vergütungsrelevanten Themen für den Vorstand, d.h. die Zahlung des Performance Bonus für das Geschäftsjahr 2020, die Zielerreichung für den Performance Share Plan 2020 sowie die abschließende Auszahlung des Group Share Plan 2017, der jedoch nur noch für ehemalige Vorstandsmitglieder gilt. In dieser Sitzung wurde der Aufsichtsrat zudem ausführlich von mir in meiner Funktion als Vorsitzender des Personalausschusses über die im Personalausschuss diskutierten und beschlossenen Anpassungen des überarbeiteten Vergütungssystems für den Vorstand informiert. Der Aufsichtsrat hat darüber am 12. April 2021 zusammen mit weiteren im Kontext der Hauptversammlung relevanten Themen per Umlaufverfahren Beschluss gefasst.

  Im Rahmen dieser Bilanzsitzung erhielt der Aufsichtsrat ferner einen detaillierten Überblick über die aktuelle Entwicklung des Unternehmens und die finanziellen Implikationen der COVID-19-Pandemie. Darüber hinaus wurden wir durch den Vorstand umfassend in dessen weiterführende Überlegungen hinsichtlich der Streaming-Plattform Joyn eingebunden. Anknüpfend hieran wurde diese Thematik ausführlich in weiteren außerordentlichen Aufsichtsratssitzungen beleuchtet und diskutiert.

Abschließend habe ich das gesamte Aufsichtsratsgremium sowie den Vorstand über die neue Aufgabe des Aufsichtsratsmitglieds Adam Cahan als CEO des Technologieunternehmens PAX Labs, Inc., Kalifornien, USA („PAX Labs") informiert.

– In einer außerordentlichen Sitzung, die am 21. April 2021 stattfand, haben wir uns erneut mit der Weiterentwicklung von Joyn auseinandergesetzt.

– In der Hauptversammlung am 1. Juni 2021 wurde die durch den Aufsichtsrat vorgeschlagene Ernst & Young Wirtschaftsprüfungsgesellschaft als Abschlussprüfer für das Geschäftsjahr 2021 gewählt. Die Hauptversammlung stimmte dem Vorschlag des Vorstands und Aufsichtsrats zu, eine Dividende in Höhe von 0,49 Euro je Aktie auszuzahlen. Des Weiteren billigte sie das Vergütungssystem der Vorstandsmitglieder und bestätigte die bestehende Vergütung des Aufsichtsrats.

  Darüber hinaus hat die Hauptversammlung die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2021 mit deutlicher Mehrheit entlastet. Insgesamt wurden alle Beschlussvorschläge mehrheitlich mit einer Zustimmungsquote von rund 90 Prozent angenommen. Dabei lag die Zustimmungsquote zum Vergütungssystem des Vorstands bei rund 96 Prozent.

– In der ordentlichen Aufsichtsratssitzung am 2. Juni 2021 befasste sich der Aufsichtsrat mit einer möglichen Refinanzierung der Finanzverbindlichkeiten des Konzerns. Zudem erhielt er ein weiteres Update zu Joyn und den Überlegungen von ProSiebenSat.1 zur Positionierung im Streaming-Markt. Des Weiteren bekam der Aufsichtsrat einen Einblick in die strukturelle Weiterentwicklung des Entertainment-Segments, deren Ziel es ist, Vertrieb und Content-Steuerung noch stärker zu zentralisieren. Zudem wurde der Aufsichtsrat über den aktuellen Stand laufender M&A-Projekte informiert.

  In der sich anschließenden Closed Session hat sich der Aufsichtsrat mit der bereits bei Berufung von Christine Scheffler in den Vorstand vereinbarten Gehaltserhöhung befasst und der Anpassung ihrer Gesamtvergütung zugestimmt.

– In einer weiteren außerordentlichen Aufsichtsratssitzung am 2. August 2021 befasste sich der Aufsichtsrat erneut eingehend mit der digitalen Streaming- und Content-Strategie des Unternehmens.

– Im Rahmen einer Closed Session am 8. September 2021 haben wir uns neben der Diskussion über die Erhöhung des Anteilsbesitzes von Mediaset an ProSiebenSat.1 insbesondere mit der Nachfolgeplanung für die turnusmäßig in der Hauptversammlung 2022 anstehenden Wahlen zum Aufsichtsrat beschäftigt und dabei auch über Anpassungen des künftigen Kompetenzprofils des Aufsichtsrats diskutiert. Hierbei wurden wir durch eine externe Personalberatung unterstützt. Ein weiteres Thema waren Überlegungen zur künftigen Erweiterung des Vorstands.

– In einer ordentlichen Aufsichtsratssitzung am 9. September 2021 gab der Vorstand einen Ausblick auf das dritte Quartal 2021. Ebenfalls wurde der Aufsichtsrat über die zu erwartende Geschäftsentwicklung im vierten Quartal 2021 unterrichtet. Er erhielt des Weiteren einen ausführlichen Bericht zur Strategie der Gruppe sowie deren konsequente Umsetzung und Weiterentwicklung. Der Aufsichtsrat unterstützt die Strategie des Unternehmens, die auf drei sich ergänzenden Segmenten basiert. Abschließend erhielt der Aufsichtsrat einen Statusbericht zu den Nachhaltigkeitszielen der ProSiebenSat.1 Group.

– In einer weiteren außerordentlichen Aufsichtsratssitzung am 22. Oktober 2021 haben wir den Kreis der in Frage kommenden Aufsichtsratskandidat:innen für die Wahl durch die Hauptversammlung 2022 mit Unterstützung der externen Personalberatung eingegrenzt, Zudem haben wir uns nochmals mit der künftigen Erweiterung des Vorstands beschäftigt.

- Am 3. November 2021 fand eine weitere außerordentliche Aufsichtsratssitzung statt, in der wir uns intensiv mit der erneuten Erhöhung des Anteilsbesitzes durch Mediaset beschäftigt haben. In diesem Kontext haben wir beschlossen, auch öffentlich zu unterstreichen, dass der Aufsichtsrat voll und ganz den Vorstand und die Strategie von ProSiebenSat.1 unterstützt.

- Bestandteil der außerordentlichen Sitzung am 12. November 2021 war unter anderem die weitere Aufstockung der Beteiligung an ProSiebenSat.1 durch Mediaset. In dieser Sitzung hat Adam Cahan sein Mandat aufgrund seiner neuen Aufgabe als CEO beim Technologieunternehmen PAX Labs niedergelegt. Der Aufsichtsrat hat entschieden, Dr. Andreas Wiele als Nachfolger für Adam Cahan gerichtlich bestellen zu lassen und der Vorstand hat einen entsprechenden Antrag bei Gericht gestellt.

- Am 6. Dezember 2021 haben wir final die personellen Weichen für die weitere Zukunft des Unternehmens gestellt: In einer Closed Session habe ich dem Aufsichtsrat gegenüber erklärt, mich nicht erneut zur Wahl zu stellen. Wir haben uns auf geeignete Aufsichtsratskandidat:innen im Rahmen der anstehenden Wahlen in der Hauptversammlung am 5. Mai 2022 verständigt und die entsprechenden Beschlüsse gefasst. Wir werden der Hauptversammlung vorschlagen, Dr. Andreas Wiele als Mitglied des Aufsichtsrats zu bestätigen. Wir haben darüber hinaus beschlossen, der Hauptversammlung Bert Habets als weiteres neues Aufsichtsratsmitglied zur Wahl und Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher zur Wiederwahl vorzuschlagen.

  In dieser Closed Session haben wir den Vorstandsvertrag mit Rainer Beaujean um weitere fünf Jahre verlängert und ihn mit Wirkung zum 1. Januar 2022 zum Vorstandsvorsitzenden (Group CEO) ernannt. Zugleich haben wir entschieden, den Deputy Group CFO Ralf Peter Gierig mit Wirkung zum 1. Januar 2022 als Finanzvorstand des Konzerns zu berufen. Wir sind hier der Empfehlung des Personalausschusses gefolgt, nachdem sich der Aufsichtsrat bereits vorab in seinen vorgenannten Closed Sessions mit der Thematik befasst hatte.

- In unserer ordentlichen Aufsichtsratssitzung am 15. Dezember 2021 verabschiedete der Aufsichtsrat die Budget-Planung 2022 für den ProSiebenSat.1-Konzern; diese wurde uns zuvor ausführlich vorgestellt und erläutert. Darüber hinaus hat der Aufsichtsrat den Mehrjahresplan sowie die strategische Ausrichtung des Konzerns zustimmend zur Kenntnis genommen. Dabei wurde der Aufsichtsrat umfassend über die wirtschaftliche Entwicklung der wichtigsten Geschäftsbereiche informiert.

  In dieser Sitzung verabschiedete der Aufsichtsrat außerdem die Zielvorgaben im Rahmen der variablen Vergütung für die Vorstandsmitglieder für das Geschäftsjahr 2022, die jährliche Entsprechenserklärung sowie die Anpassung seines Kompetenzprofils. In dieser Sitzung haben wir nach einer entsprechenden Empfehlung des Vorstands entschieden, auch die Hauptversammlung 2022 am 5. Mai 2022 wieder virtuell durchzuführen.

  In der anschließenden Closed Session haben wir uns anhand eines detaillierten Fragebogens mit unserer Effizienzprüfung befasst.

Darüber hinaus fasste der Aufsichtsrat im Jahr 2021 – nach ausführlicher Diskussion in den ordentlichen Aufsichtsratssitzungen – einen Beschluss im schriftlichen Umlaufverfahren, der insbesondere für die Hauptversammlung 2021 relevante Themen enthielt: die Abhaltung der Hauptversammlung am 1. Juni 2021 als virtuelle Hauptversammlung und ohne physische Präsenz aufgrund der andauernden COVID-19-Pandemie sowie die entsprechende Einladung zur virtuellen Hauptversammlung, die Leitlinien für die Einreichung und Beantwortung von Fragen der Aktionär:innen sowie das neue Vergütungssystem für den Vorstand gemäß § 87a AktG.

BERICHT ÜBER DIE ARBEIT DER AUSSCHÜSSE

Der Aufsichtsrat der Gesellschaft hat verschiedene Ausschüsse eingerichtet, die ihn bei seiner Arbeit unterstützen. Um seine Arbeit effizient wahrzunehmen, verfügte das Gremium 2021 über vier Ausschüsse: den Präsidial- und Nominierungsausschuss („Presiding and Nomination Committee"), den Personalausschuss („Compensation Committee"), den Prüfungsausschuss („Audit and Finance Committee") sowie den Kapitalmarktausschuss („Capital Markets Committee"). Die Ausschüsse haben den Aufsichtsrat in seinen Plenarsitzungen regelmäßig und umfassend über ihre Tätigkeit informiert. Ihre Aufgabenschwerpunkte werden nachfolgend beschrieben.

Der **Präsidial- und Nominierungsausschuss** koordiniert die Arbeit des Aufsichtsrats und bereitet dessen Sitzungen vor. Zudem verantwortet das Gremium die Aufgaben eines Nominierungsausschusses gemäß des Deutschen Corporate Governance Kodex und fasst Beschlüsse, die an ihn durch die Geschäftsordnung des Aufsichtsrats delegiert wurden. Dazu zählen die Prüfung von Lizenzverträgen, Distributionsvereinbarungen oder Vermarktungsverträgen. Der Ausschuss tagte im Jahr 2021 einmal und fasste zwei Beschlüsse im Umlaufverfahren: die Vertragsverlängerungen mit den wichtigsten Mediaagenturen sowie die erfolgreiche Neuverhandlung eines langfristigen Distributionsdeals mit der Deutsche Telekom AG, Bonn, Deutschland („Deutsche Telekom"). Im Rahmen der Vertragsvereinbarung kann ProSiebenSat.1 fortan Addressable-TV-Kampagnen auch über das Streaming-Angebot MagentaTV der Deutschen Telekom ausspielen. Darüber hinaus wurde eine Zusammenarbeit im Bereich Daten vereinbart. Das gesamte Senderportfolio der ProSiebenSat.1 Group ist durch die neue Vereinbarung auch weiterhin über die MagentaTV-Plattform live oder auf Abruf, in HD und neu in UHD verfügbar.

Der **Personalausschuss** bereitet Beschlussfassungen zu personalspezifischen Vorstandsthemen für das Aufsichtsratsplenum vor. Der Ausschuss führte im Jahr 2021 drei Sitzungen in Form von Videokonferenzen durch, fasste aber keine Beschlüsse im Umlaufverfahren. In seiner ersten Sitzung am 13. Januar 2021 beschäftigte sich das Gremium mit der vorläufigen Zielerreichung im Rahmen des Group Share Plans 2017, des Performance Share Plans 2018 und 2019 sowie der vorläufigen individuellen Zielerreichungsgrade des Performance Bonus 2020 für die Vorstandsmitglieder. Zudem hat sich der Personalausschuss in dieser Sitzung abschließend mit der Anpassung des Vergütungssystems für den Vorstand beschäftigt und eine entsprechende Empfehlung an den Aufsichtsrat verabschiedet.

In einer weiteren Sitzung am 2. Juni 2021 hat sich der Personalausschuss eingehend mit der Gesamtvergütung von Christine Scheffler auseinandergesetzt und die Empfehlung einer Anpassung an den Aufsichtsrat verabschiedet.

Nach den vorhergehenden Beratungen in den Closed Sessions des Aufsichtsrats hat sich der Personalausschuss in einer außerordentlichen Sitzung am 18. November 2021 mit der Bestellung von Ralf Peter Gierig als zusätzliches Vorstandsmitglied und Finanzvorstand (Group CFO) befasst und eine entsprechende Empfehlung an den Aufsichtsrat ausgesprochen. Ralf Peter Gierig war bisher Deputy Group CFO und hat daher bereits in den vergangenen Jahren sehr eng mit dem Vorstandsteam zusammengearbeitet. Inhalt der Sitzung war auch die Vertragsverlängerung von Rainer Beaujean für weitere fünf Jahre und seine Bestellung zum Vorstandsvorsitzenden mit Wirkung zum 1. Januar 2022. Hierzu hat der Personalausschuss ebenfalls eine entsprechende Empfehlung an den Aufsichtsrat ausgesprochen.

Der **Prüfungsausschuss** hat den Jahres- und den Konzernabschluss, den Lage- und den Konzernlagebericht sowie den Gewinnverwendungsvorschlag vorbereitend für den Aufsichtsrat geprüft und dazu insbesondere den Prüfungsbericht und den mündlichen Bericht des Abschlussprüfers über die wesentlichen Ergebnisse der Prüfung eingehend beraten. Der Prüfungsausschuss sah im Rahmen seiner Prüfungen des Jahres- und Konzernabschlusses keinen Anlass für Beanstandungen. Zudem erörterte der Prüfungsausschuss mit dem Vorstand die Quartalsmitteilungen und den Halbjahresfinanzbericht unter Berücksichtigung des Berichts des Abschlussprüfers über die prüferische Durchsicht vor deren Veröffentlichung. Aufgabe des

Prüfungsausschusses ist außerdem die Vorbereitung der Prüfung der nichtfinanziellen Berichterstattung der Gesellschaft durch den Aufsichtsrat.

Schwerpunkte bei der Überwachung der Finanzberichterstattung bildeten im Berichtsjahr die Werthaltigkeit der Geschäfts- oder Firmenwerte und der sonstigen immateriellen Vermögenswerte, die Bewertung des Programmvermögens, die Bilanzierung von Unternehmens- und Anteilserwerben, die Realisierung von Umsatzerlösen, das Hedge Accounting, die Bilanzierung von finanziellen Verbindlichkeiten, Fortschritte bei den laufenden Betriebsprüfungen sowie die Ertragsteuern.

Der Prüfungsausschuss hat den Rechnungslegungsprozess und die Wirksamkeit des Internen Kontrollsystems und des Risikomanagementsystems überwacht und sich dabei auch auf die entsprechende Berichterstattung des Leiters der Internen Revision und des Abschlussprüfers gestützt. Der Prüfungsausschuss hat sich hier explizit mit den COSO-Elementen (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission) auseinandergesetzt und beschäftigt. Es wurden keine wesentlichen Schwächen des auf den Rechnungslegungsprozess bezogenen Internen Kontrollsystems und des Risikofrüherkennungssystems vom Abschlussprüfer festgestellt.

Darüber hinaus befasste sich der Prüfungsausschuss mit der Vorbereitung des Vorschlags des Aufsichtsrats zur Wahl des Abschlussprüfers für das Geschäftsjahr 2021 durch die Hauptversammlung, der Erteilung des Prüfungsauftrags an den Abschlussprüfer und der Honorarvereinbarung mit dem Abschlussprüfer. Er überwachte die Wirksamkeit und Qualität der Abschlussprüfung und die Unabhängigkeit des Abschlussprüfers sowie die von diesem zusätzlich zu den Abschlussprüfungsleistungen erbrachten Leistungen. Nach einem sorgfältig durchgeführten und umfassenden Ausschreibungsprozess hat der Prüfungsausschuss dem Aufsichtsrat eine entsprechende Empfehlung unterbreitet, der Hauptversammlung Ernst & Young und als Alternative PricewaterhouseCoopers als Abschlussprüfer für das Geschäftsjahr 2021 vorzuschlagen, falls die Hauptversammlung sich gegen Ernst & Young aussprechen sollte. Der Prüfungsausschuss hat sich kontinuierlich mit dem Abschlussprüfer über die wesentlichen Prüfungsrisiken und die erforderliche Ausrichtung der Abschlussprüfung ausgetauscht. Er hat eine interne Regelung über Dienstleistungen des Abschlussprüfers, die nicht im Zusammenhang mit der Abschlussprüfung stehen (sog. Nichtprüfungsleistungen), getroffen, ließ sich durch den Abschlussprüfer und den Vorstand zu jeder Sitzung über entsprechende Aufträge und die in diesem Zusammenhang angefallenen Honorare informieren und hat diese jeweils gebilligt.

Weiterhin ließ sich der Prüfungsausschuss regelmäßig über die Weiterentwicklung des Compliance-Management-Systems, über den Umgang mit mutmaßlichen Compliance-Fällen, über rechtliche und regulatorische Risiken sowie die Risikolage, -erfassung und -überwachung im Unternehmen unterrichten. Hinzu kamen regelmäßige Berichte über die Risikoeinschätzung seitens der Internen Revision, deren Ressourcenausstattung und Prüfungsplanung.

Der Vorstand informierte den Prüfungsausschuss regelmäßig über den Status verschiedener Aktivitäten zur Finanzierung sowie zur Liquiditätssicherung des Unternehmens. Zu ausgewählten Punkten der Tagesordnung nahmen auch die Leiter:innen der zuständigen Fachabteilungen an den Sitzungen des Prüfungsausschusses teil, erstatteten Bericht und beantworteten Fragen. Darüber hinaus führte der Vorsitzende des Prüfungsausschusses Prof. Dr. Nonnenmacher zwischen den Sitzungsterminen Gespräche zu wichtigen Einzelthemen, insbesondere mit dem Aufsichtsratsvorsitzenden, dem Vorstandssprecher & Finanzvorstand sowie dem Abschlussprüfer. Über die wesentlichen Ergebnisse dieser Gespräche wurde dem Prüfungsausschuss und, soweit erforderlich, dem Aufsichtsrat regelmäßig Bericht erstattet.

Der Ausschuss hat im Berichtsjahr siebenmal und davon fünfmal in Gegenwart des Vorstandssprechers & Finanzvorstands Rainer Beaujean sowie des Abschlussprüfers getagt. Die ordentlichen Sitzungen wurden mit einer anschließenden Closed Session ergänzt, an der der Prüfungsausschuss sowie der Abschlussprüfer teilnahmen. Ich habe als Gast allen Sitzungen beigewohnt. Der Prüfungsausschuss fasste im Geschäftsjahr 2021 einen Beschluss im

Umlaufverfahren und verabschiedete die aktualisierte Liste der vorab genehmigten Nichtprüfungsleistungen im Rahmen der Richtlinie zur Beauftragung von Prüfungsleistungen.

Der **Kapitalmarktausschuss** ist ermächtigt, anstelle des Gesamtgremiums über die Zustimmung zur Ausnutzung des Genehmigten Kapitals der Gesellschaft, der Ermächtigung zur Ausgabe von Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen, der Ermächtigung zum Erwerb und zur Verwendung eigener Aktien und/oder zum Einsatz von Derivaten bei Erwerb eigener Aktien sowie jeweils damit im Zusammenhang stehende Maßnahmen zu beschließen. Im Geschäftsjahr 2021 tagte der Kapitalmarktausschuss am 7. Dezember 2021. Gegenstand dieser Sitzung waren insbesondere der Anteilsbesitz von Mediaset, die Portfolio-Strategie von ProSiebenSat.1 sowie das aktuelle Marktumfeld.

PRÜFUNG DES JAHRES- UND KONZERNABSCHLUSSES FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2021

Der Jahres- und Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE sowie der Lage- und Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr 2021 sind von der Ernst & Young Wirtschaftsprüfungsgesellschaft ordnungsgemäß geprüft und am 1. März 2022 mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen worden.

Alle Abschlussunterlagen, der Nichtfinanzielle Bericht, der Risikobericht sowie die Prüfungsberichte von Ernst & Young lagen den Mitgliedern des Aufsichtsrats rechtzeitig vor und wurden eingehend von uns geprüft. Dabei haben wir uns auch mit Auswirkungen der russischen Invasion in die Ukraine befasst.

Der Abschlussprüfer berichtete dabei über die wesentlichen Ergebnisse seiner Prüfung. Schwächen des Internen Kontroll- und Risikomanagementsystems bezogen auf den Rechnungslegungsprozess wurden dabei nicht festgestellt. Umstände, die die Befangenheit der Abschlussprüfer besorgen lassen, lagen ebenfalls nicht vor.

Der Aufsichtsrat hat vom Ergebnis der Abschlussprüfung zustimmend Kenntnis genommen und nach Abschluss seiner eigenen Prüfung festgestellt, dass auch seinerseits keine Einwände zu erheben sind. Der vom Vorstand aufgestellte und vom Abschlussprüfer geprüfte Jahres- und Konzernabschluss, der Lage- und Konzernlagebericht sowie der Nichtfinanzielle Bericht wurden vom Aufsichtsrat gebilligt. Damit ist der Jahresabschluss festgestellt. Schließlich hat der Aufsichtsrat den Gewinnverwendungsvorschlag des Vorstands geprüft und sich diesem Vorschlag angeschlossen.

Der Aufsichtsrat hat gemäß § 111 Abs. 2 Satz 4 AktG eine externe inhaltliche Überprüfung des gesonderten nichtfinanziellen Berichts durch Ernst & Young beauftragt. Ernst & Young hat insoweit ein uneingeschränktes Prüfungsurteil erteilt. Das bedeutet, dass nach der Beurteilung durch Ernst & Young der gesonderte nichtfinanzielle Bericht der ProSiebenSat.1 Media SE in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den §§ 315b, 315c i. V. m. 289b bis 289e HGB aufgestellt wurde. Der Aufsichtsrat hat bei seiner eigenen Prüfung, die auch auf Grundlage des Berichts des Prüfungsausschusses über dessen vorbereitende Prüfung und dessen Empfehlung sowie der Prüfung des Berichts und des Prüfungsurteils durch Ernst & Young erfolgte, ebenfalls keine Gründe festgestellt, die der Ordnungs- und Zweckmäßigkeit des gesonderten nichtfinanziellen Berichts entgegenstehen.

INTERESSENKONFLIKTE

Die Aufsichtsratsmitglieder sind verpflichtet, mögliche Interessenkonflikte unverzüglich dem Präsidial- und Nominierungsausschuss offenzulegen. Im Geschäftsjahr 2021 lag aufgrund gleichzeitiger Organmitgliedschaft eines Mitglieds des Aufsichtsrats bei Wettbewerbern bzw.

Geschäftspartner:innen der ProSiebenSat.1 Media SE folgender Anhaltspunkt für Interessenkonflikte vor:

– Dr. Antonella Mei-Pochtler gehört dem Aufsichtsrat der Publicis Groupe S.A., Paris, Frankreich („Publicis“) an, welche Kundin der Vermarktungstochter Seven.One Media GmbH („Seven.One Media“) ist. Sie hat an der Beschlussfassung im Rahmen der Vertragsverlängerungen mit den wichtigsten Media-Agenturen, die im Umlaufverfahren verabschiedet wurden, nicht teilgenommen.

Darüber hinaus gab es keine Anzeichen für das Vorliegen von Interessenkonflikten.

CORPORATE GOVERNANCE

Vorstand und Aufsichtsrat berichten zum Thema Corporate Governance im Rahmen der Erklärung zur Unternehmensführung gemäß §§ 289f und 315d HGB, welche Sie im Internet sowie im Geschäftsbericht finden.

→ www.prosiebensat1.com/investor-relations/corporate-governance/corporate-governance

Die Mitglieder des Aufsichtsrats nahmen die für ihre Aufgaben erforderlichen Aus- und Fortbildungsmaßnahmen eigenverantwortlich wahr. Neue Mitglieder des Aufsichtsrats werden eingehend eingearbeitet. Dabei haben sie die Gelegenheit, die Mitglieder des Vorstands und fachverantwortliche Führungskräfte zu einem bilateralen Austausch über grundsätzliche und aktuelle Themen der jeweiligen Vorstandsbereiche zu treffen und sich so einen Überblick über die relevanten Themen des Unternehmens sowie die Governance-Struktur zu verschaffen.

VERÄNDERUNGEN IN DER BESETZUNG VON VORSTAND UND AUFSICHTSRAT

Der Aufsichtsrat hat zum Jahresende 2021 hinsichtlich der personellen Besetzung des Vorstands und Aufsichtsrats verschiedene Entscheidungen getroffen, um die strategische Neuausrichtung der Gruppe erfolgreich fortzusetzen und sie für die Medienlandschaft der Zukunft zu positionieren.

So haben wir am 6. Dezember 2021 entschieden, den Vorstandsvertrag von Rainer Beaujean um fünf Jahre zu verlängern und ihn zum Vorstandsvorsitzenden ernannt. Zusätzlich wird Ralf Peter Gierig neuer Finanzvorstand der ProSiebenSat.1 Media SE. Mit Ralf Peter Gierig übernimmt ein langjähriger Kenner des Unternehmens und versierter Finanzexperte, der sich auch am Kapitalmarkt einen Namen als vertrauensvoller Ansprechpartner gemacht hat, den Bereich Finanzen. Er ist seit Oktober 2016 Deputy Group CFO und übernahm bereits sowohl von April bis Mai 2017 als auch von April bis Juni 2019 interimsmäßig die Rolle des Finanzvorstands der ProSiebenSat.1 Media SE.

Das Vorstandsteam der ProSiebenSat.1 Media SE setzt sich damit seit 1. Januar 2022 zusammen aus Rainer Beaujean als Vorstandsvorsitzenden sowie den Vorstandsmitgliedern Wolfgang Link, Christine Scheffler und Ralf Peter Gierig. Rainer Beaujean verantwortet – neben Strategie und M&A – auch weiterhin die Segmente Dating & Video sowie Commerce & Ventures sowie die Holding-Bereiche Internal Audit, IT, Kommunikation, Investor Relations, Legal und Regulatory & Governmental Affairs. Wolfgang Link steht dem Entertainment-Geschäft vor, das alle Bereiche von Content über Digital bis hin zu Sales und das Streaming-Geschäft mit der Plattform Joyn beinhaltet. Christine Scheffler leitet die Ressorts Personal sowie Compliance, Nachhaltigkeit und Organizational Development & Operational Excellence. Ralf Peter Gierig verantwortet die Bereiche Controlling (inkl. Risikomanagement), Accounting & Taxes, Shared Services, Treasury, Procurement & Real Estate sowie Corporate Security.

Personelle Veränderungen wird es auch im Aufsichtsrat geben: Nach acht Jahren und zwei Wahlperioden habe ich mich entschieden, bei der Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media SE am 5. Mai 2022 nicht erneut als Aufsichtsrat zu kandidieren. Der Aufsichtsrat beabsichtigt, Dr. Andreas Wiele nach der kommenden Hauptversammlung und vorbehaltlich seiner dort vorgesehenen Wahl in den Aufsichtsrat zu seinem neuen Vorsitzenden und damit zu meinem Nachfolger zu wählen. Dr. Wiele ist ein sehr profilierter Transformationsexperte in der Medienindustrie und gehört dem Aufsichtsrat bereits seit dem 13. Februar 2022 als gerichtlich bestelltes Mitglied an. Er hat bereits zahlreiche Veränderungsprozesse erfolgreich verantwortet und verfügt über breite internationale Erfahrungen aus drei Jahrzehnten im Medienbereich: Seit seinem Ausscheiden als Vorstand der Axel Springer SE, Berlin, Deutschland („Axel Springer") im Mai 2020 ist er als Unternehmensgründer und Business Angel aktiv. Darüber hinaus war er als Senior Advisor des weltweiten Tech/Media- und Telekomgeschäfts von KKR & Co., Inc., New York City, USA („KKR") tätig.

Als weiteres neues Aufsichtsratsmitglied soll zudem Bert Habets, ehemals CEO der RTL Group S.A., Luxemburg, („RTL Group"), der Hauptversammlung zur Wahl vorgeschlagen werden. Er verfügt über profunde Erfahrungen in der Führung globaler Medienunternehmen sowie über umfassendes Know-how bei der Einführung und dem Ausbau von Streaming-Videodiensten.

Ich freue mich außerdem sehr, dass Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher sich auf der Hauptversammlung am 5. Mai 2022 zur Wiederwahl stellt, um seine erfolgreiche Arbeit im Prüfungsausschuss fortzusetzen. Er ist bereits seit Mai 2015 Mitglied unseres Aufsichtsrats.

Bei Adam Cahan bedanke ich mich – auch im Namen des gesamten Aufsichtsratsgremiums – für sein erfolgreiches Wirken. Er war seit Juni 2014 Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE. Adam Cahan hat sein Amt im November 2021 niedergelegt.

DANK DES AUFSICHTSRATS

Im Namen meiner Aufsichtsratskolleg:innen möchte ich auch dem Vorstandsteam danken – Rainer Beaujean, Wolfgang Link und Christine Scheffler haben ausgezeichnete Arbeit geleistet. ProSiebenSat.1 ist sehr gut und besser als traditionelle Medienunternehmen durch die Pandemie gekommen, da der Erfolg des Konzerns auf drei starken Segmenten und damit sich ergänzenden Geschäftsmodellen beruht.

Mein besonderer Dank gilt insbesondere auch allen Mitarbeiter:innen. Sie haben – auch unter den anhaltend schwierigen Bedingungen der Pandemie – die digitale Transformation von ProSiebenSat.1 erfolgreich vorangetrieben.

Abschließend möchte ich Ihnen, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, unseren Dank für Ihr Vertrauen in das Unternehmen und die ProSiebenSat.1-Aktie aussprechen. 2021 war ein Jahr, das uns alle weiterhin vor Herausforderungen gestellt hat. Es war aber auch ein Jahr, in dem der Konzern seinen Erfolgskurs fortgesetzt hat – dank seiner sehr starken und langfristig ausgerichteten Strategie, die Digitalisierung der Gruppe aus eigener Kraft voranzutreiben. Wir freuen uns, wenn Sie, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, ProSiebenSat.1 auf diesem Weg weiter begleiten.

Unterföhring, im März 2022

Für den Aufsichtsrat

DR. WERNER BRANDT

AUFSICHTSRATSVORSITZENDER

MITGLIEDER DES AUFSICHTSRATS

MITGLIEDER DES AUFSICHTSRATS DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE SOWIE DEREN MANDATE IN ANDEREN AUFSICHTSRÄTEN[1]

Dr. Werner Brandt, Vorsitzender	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG seit 26. Juni 2014/ der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 Aufsichtsratsvorsitzender der RWE AG	Inländische Mandate: RWE AG, Essen, Siemens AG, Berlin/München
Dr. Marion Helmes, Stellvertretende Vorsitzende	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG seit 26. Juni 2014/ der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 Mitglied in verschiedenen Aufsichtsräten	Inländisches Mandat: Siemens Healthineers AG, Erlangen Ausländische Mandate: British American Tobacco p.l.c., London, Vereinigtes Königreich, Heineken N.V., Amsterdam, Niederlande
Lawrence A. Aidem	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG seit 26. Juni 2014/ der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 Reverb Advisors (Managing Partner)	Mandate: keine
Adam Cahan	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG seit 26. Juni 2014/ der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 bis 12. November 2021 PAX Labs, Inc. (CEO)	Ausländisches Mandat: PAX Labs Inc., San Francisco, USA
Erik Huggers	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG seit 26. Juni 2014/ der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 Selbständiger Unternehmer	Ausländische Mandate: WeTransfer B.V., Amsterdam, Niederlande, Hexagon AB, Stockholm, Schweden
Marjorie Kaplan	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE seit 16. Mai 2018 Merryck & Co (Consultant & Mentor)	Ausländisches Mandat: ArtBnk, LLC, Newmarket, New Hampshire, USA
Ketan Mehta	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE seit 24. November 2015 Allen & Company LLC (Managing Director)	Mandate: keine
Dr. Antonella Mei-Pochtler	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE seit 13. April 2020 Sonderberaterin des Österreichischen Bundeskanzlers und Leitung von ThinkAustria, der Strategie- und Planungseinheit des Kanzleramts, Wien, Österreich	Inländisches Mandat: Westwing Group AG, München Ausländische Mandate: Assicurazioni Generali SpA, Mailand, Italien, Publicis Groupe S.A., Paris, Frankreich, SIPRA, Elfenbeinküste
Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 Mitglied in verschiedenen Aufsichtsräten	Inländische Mandate: Continental AG, Hannover, Covestro AG, Leverkusen, Covestro Deutschland AG, Leverkusen
Dr. Andreas Wiele	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE seit 13. Februar 2022 (gerichtlich bestellt) Unternehmensgründer, Giano Capital (General Partner)	Ausländische Mandate: Giano Capital S.a.r.l, Genf, Schweiz, Giano Capital Management S.a.r.l, Luxemburg, OakTree Power Ltd., London, Vereinigtes Königreich

1 Die Darstellung der Mandate beschreibt die Mitgliedschaften in anderen nach deutschen Gesetzen zu bildenden Aufsichtsräten sowie Mitgliedschaften in vergleichbaren in- und ausländischen Kontrollgremien von Wirtschaftsunternehmen.

MITGLIEDER DES VORSTANDS

MITGLIEDER DES VORSTANDS DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE SOWIE DEREN MANDATE IN ANDEREN AUFSICHTSRÄTEN[1]

Mitglied des Vorstands		Vorstandsbereiche bis 31.12.2021	Vorstandsbereiche ab 01.01.2022	Mandate in Aufsichtsräten
Rainer Beaujean, Vorstandsvorsitzender (Group CEO)	Finanzvorstand (CFO) seit 1. Juli 2019, Vorstandssprecher & Finanzvorstand (CFO) seit 26. März 2020, Vorstandsvorsitzender (Group CEO) seit 1. Januar 2022	Strategie & M&A, Red Arrow Studios (inkl. Studio71), NuCom Group, ParshipMeet Group, Finanzen (IR, Treasury, Corporate Procurement & Real Estate, Accounting & Taxes, Shared Services, Corporate Security), Internal Audit, Controlling, IT, Kommunikation, Legal, Regulatory & Governmental Affairs	Segment Dating & Video: z.B. ParshipMeet Group Segment Commerce & Ventures: z.B. SevenAccelerator, SevenVentures und NuCom Group Holding: z.B. Strategie, M&A, Internal Audit, IT, Kommunikation, Investor Relations, Legal, Regulatory & Governmental Affairs	Inländische Mandate: NCG – NUCOM GROUP SE, Unterföhring (Mitglied des Aufsichtsrats und Aufsichtsratsvorsitzender), Virtual Minds GmbH, Freiburg im Breisgau (Mitglied des Aufsichtsrats und Aufsichtsratsvorsitzender bis 26. August 2021), Joyn GmbH, München (Beiratsmitglied), ParshipMeet Holding GmbH, Hamburg (Beiratsmitglied und Beiratsvorsitzender), Jochen Schweizer mydays Holding GmbH, München (Beiratsmitglied und Beiratsvorsitzender seit 1. September 2021), Rheinische Post Mediengruppe GmbH, Düsseldorf (Mitglied des Aufsichtsrats), Rheinische Post Verlagsgesellschaft mbH, Düsseldorf (Mitglied des Aufsichtsrats)
Wolfgang Link, Vorstandsmitglied (verantwortlich für Entertainment)	Vorstandsmitglied	Seven.One Entertainment Group (Content, Digital inkl. Joyn, Sales, Distribution)	Segment Entertainment: z.B. Seven.One Entertainment Group, Joyn, Red Arrow Studios, Studio71	Inländische Mandate: Joyn GmbH, München (Beiratsmitglied), ParshipMeet Holding GmbH, Hamburg (Beiratsmitglied) Ausländisches Mandat: ProSiebenSat.1 Puls 8 TV AG, Zürich, Schweiz (Vizepräsident des Verwaltungsrats bis 31. März 2021)
Christine Scheffler, Vorstandsmitglied (verantwortlich für HR, Compliance & Sustainability)	Vorstandsmitglied	Personal, Compliance, Nachhaltigkeit, Organizational Development & Operational Excellence	Holding & Segmente: Personal, Compliance, Nachhaltigkeit, Organizational Development & Operational Excellence	Inländische Mandate: NCG – NUCOM GROUP SE, Unterföhring (Mitglied des Aufsichtsrats seit 1. Juli 2021), ParshipMeet Holding GmbH, Hamburg (Beiratsmitglied seit 13. August 2021)
Ralf Peter Gierig, Vorstandsmitglied & Finanzvorstand (Group CFO)	Vorstandsmitglied & Finanzvorstand (Group CFO) seit 1. Januar 2022		Holding & Segmente: z.B. Controlling (inkl. Risikomanagement), Accounting & Taxes, Shared Services, Treasury, Procurement & Real Estate, Corporate Security	Inländisches Mandat: NCG – NUCOM GROUP SE, Unterföhring (Mitglied des Aufsichtsrats und Stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender)

1 Die Darstellung der Mandate beschreibt die Mitgliedschaften in nach deutschen Gesetzen zu bildenden Aufsichtsräten sowie Mitgliedschaften in vergleichbaren in- und ausländischen Kontrollgremien von Wirtschaftsunternehmen.

ERKLÄRUNG ZUR UNTERNEHMENSFÜHRUNG

In der Erklärung zur Unternehmensführung gemäß §§ 289f und 315d HGB berichten Vorstand und Aufsichtsrat über die Unternehmensführung. Sie umfasst neben der jährlichen Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG relevante Angaben zu Unternehmensführungspraktiken sowie weitere Aspekte der Unternehmensführung. Vorstand und Aufsichtsrat sehen eine gute Corporate Governance als wesentlichen Bestandteil einer verantwortungsvollen, transparenten und auf langfristige Wertschöpfung ausgerichteten Unternehmensführung an. Mit dem Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) wurde ein Standard für eine transparente Kontrolle und Steuerung von Unternehmen etabliert. Vorstand und Aufsichtsrat berichten in der vorliegenden Erklärung zur Unternehmensführung entsprechend dem Grundsatz 22 des DCGK in der Fassung vom 16. Dezember 2019 über die Corporate Governance der Gesellschaft und nehmen dabei Stellung zu den Empfehlungen und Anregungen des DCGK. Informationen zur Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat befinden sich im Vergütungsbericht. Neben der aktuellen Erklärung zur Unternehmensführung sowie Entsprechenserklärung sind auch die Erklärungen der vergangenen mindestens fünf Jahre auf der Internetseite der Gesellschaft verfügbar.

ENTSPRECHENSERKLÄRUNG ZUM DEUTSCHEN CORPORATE GOVERNANCE KODEX GEMÄSS § 161 AKTG

Vorstand und Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE erklären, dass den Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ in der im amtlichen Teil des Bundesanzeigers am 20. März 2020 bekannt gemachten Fassung vom 16. Dezember 2019 (DCGK) derzeit und auch künftig entsprochen wird.

Ebenso wurde seit Abgabe der letzten Entsprechenserklärung im Dezember 2020 sämtlichen Empfehlungen des DCGK entsprochen.

Im Dezember 2021

Vorstand und Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE

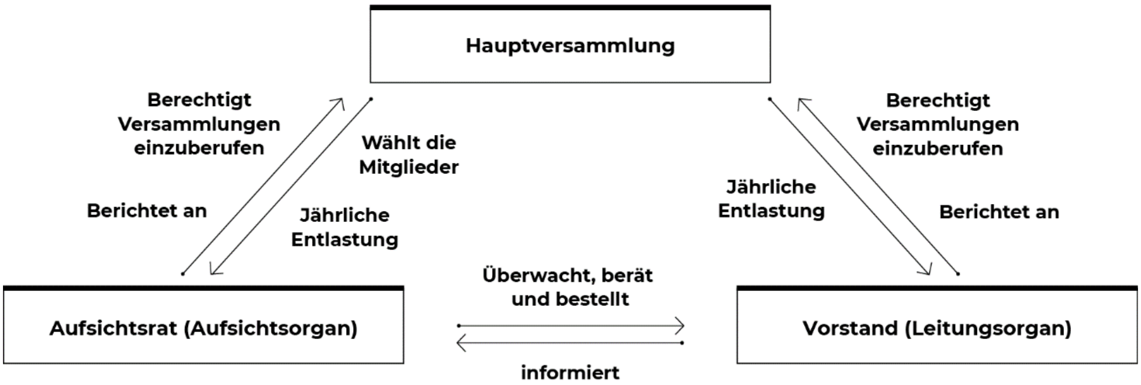
UNTERNEHMENSVERFASSUNG UND ORGANE DER GESELLSCHAFT

Die ProSiebenSat.1 Media SE ist eine börsennotierte Europäische Aktiengesellschaft (Societas Europaea, SE) mit Sitz in Deutschland. Den Gestaltungsrahmen für die Corporate Governance

geben somit neben dem DCGK das deutsche und europäische Recht, insbesondere das Recht der SE, das Aktien- und Kapitalmarktrecht sowie die Satzung der ProSiebenSat.1 Media SE vor.

Die ProSiebenSat.1 Media SE als Europäische Aktiengesellschaft mit dualistischem Leitungs- und Aufsichtssystem verfügt über drei Organe: Hauptversammlung, Aufsichtsrat (Aufsichtsorgan) und Vorstand (Leitungsorgan). Deren Aufgaben und Befugnisse ergeben sich aus der Verordnung (EG) Nr. 2157/2001 des Rates vom 8. Oktober 2001 über das Statut der Europäischen Gesellschaft (SE-VO), dem Gesetz zur Ausführung der SE-VO (SEAG), dem Aktiengesetz (AktG) und der Satzung der ProSiebenSat.1 Media SE.

CORPORATE-GOVERNANCE-STRUKTUR DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE



Es besteht eine klare personelle Trennung zwischen Leitungs- und Aufsichtsorgan: Leitungsorgan ist der Vorstand, der vom Aufsichtsrat bei der Unternehmensführung überwacht und beraten wird. Alle Geschäfte und Entscheidungen, die für das Unternehmen von grundlegender Bedeutung sind, werden in enger Abstimmung des Vorstands mit dem Aufsichtsrat abgewickelt. Dazu sind eine offene Kommunikation und enge Kooperation zwischen den Organen von besonderer Bedeutung.

LEITUNG UND ÜBERWACHUNG

Vorstand

Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE ist der Überzeugung, dass nachhaltiger wirtschaftlicher Erfolg im Wettbewerb nur auf der Grundlage rechtmäßiger Geschäftspraktiken möglich ist. Neben der Korruptionsvermeidung konzentriert sich die ProSiebenSat.1 Group im Bereich der Compliance deshalb insbesondere auf die Themen Geldwäsche, Sanktionen und Embargos sowie den Datenschutz. Auch in dieser Hinsicht besteht bei der ProSiebenSat.1 Group ein Compliance Management System (CMS). Wesentliche Zielsetzung des CMS ist es, Integrität sowie richtlinienkonformes und regeltreues Verhalten dauerhaft im Denken und Handeln aller Mitarbeiter:innen zu verankern und auf diese Weise Rechts- und Regelverstöße von vornherein zu verhindern.

Vor dem Hintergrund der Konzernstruktur hat sich die ProSiebenSat.1 Group in einer zentralen und einer dezentralen Compliance-Organisationsstruktur organisiert. Die zentrale Organisation bilden der Compliance-Ausschuss (Compliance Committee) und die vom Group Chief Compliance Officer (CCO) geleitete Abteilung Group Compliance, die bei der Erfüllung ihrer Aufgaben durch Fachexpert:innen aus anderen Bereichen, beispielsweise der Rechtsabteilung, unterstützt werden. Im Compliance Committee sind neben dem für Compliance zuständigen Vorstandsmitglied Christine Scheffler, dem Senior Vice President Internal Audit und dem Chief Compliance Officer

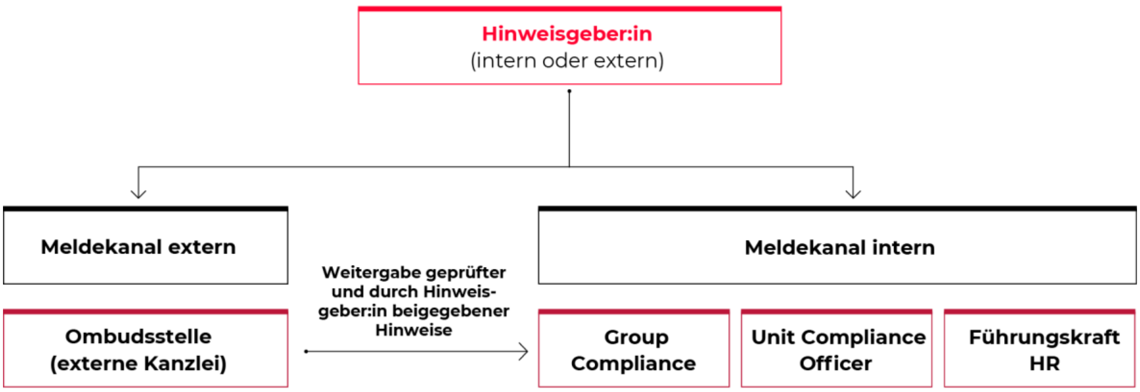
noch die Konzernfunktion Recht sowie die Unit Compliance Officer (UCO) der verschiedenen Geschäftsbereiche und der Konzerndatenschutzbeauftragte vertreten. Das Compliance Committee und der CCO unterstützen und beraten den Vorstand bei der Umsetzung, Überwachung und Weiterentwicklung des CMS. Der im Vorstandsressort Personal, Compliance, Nachhaltigkeit sowie Organizational Development & Operational Excellence angesiedelte CCO ist mit der Umsetzung des CMS im Konzern betraut, führt Risikoanalysen und Schulungen durch und berät den Vorstand bei der Entwicklung und Umsetzung angemessener Maßnahmen zur Risikominimierung. Zudem beobachtet er die Rechtsentwicklung und unterbreitet Vorschläge zur Weiterentwicklung des CMS.

Die dezentrale Compliance-Organisation wird durch Unit Compliance Officer (UCO) repräsentiert, die in den Konzerngesellschaften sowie übergreifend in den einzelnen Geschäftsbereichen bestellt werden. Die Gesamtverantwortung für das CMS liegt beim Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE als Mutterunternehmen der ProSiebenSat.1 Group.

In ihrem Verhaltenskodex („Code of Conduct") hat die ProSiebenSat.1 Group grundsätzliche Richtlinien und Handlungsweisen festgelegt. Diese Richtlinien definieren die allgemeinen Maßstäbe für das Verhalten in geschäftlichen, rechtlichen und ethischen Angelegenheiten und regeln zudem, wie Mitarbeiter:innen Hinweise auf Fehlverhalten im Unternehmen geben können. Sie dienen allen Mitgliedern des Vorstands, den Geschäftsleitungen der Tochtergesellschaften der ProSiebenSat.1 Group sowie den Mitarbeiter:innen der ProSiebenSat.1 Group als verbindlicher Orientierungs- und Ordnungsrahmen für den Umgang miteinander sowie mit Geschäftspartner:innen, Kund:innen, Lieferant:innen und weiteren Dritten. Der Verhaltenskodex kann im Internet abgerufen werden unter
→ www.prosiebensat1.com/investor-relations/corporate-governance/verhaltenskodex

Ein weiteres zentrales Compliance-Instrument der ProSiebenSat.1 Group ist das Hinweisgebersystem. Neben internen Meldekanälen besteht zusätzlich die Möglichkeit, Hinweise auf Rechtsverstöße anonym über eine externe Ombudsstelle abzugeben. Sie nimmt Beschwerden und Hinweise telefonisch oder per E-Mail entgegen, prüft diese auf ihre Plausibilität und leitet sie anschließend an Group Compliance weiter. Bei Meldungen schwerwiegender Verdachtsfälle und nach interner Bewertung informiert der Chief Compliance Officer unverzüglich die Unternehmensleitung. Sofern die gemäß Compliance-Vorfallmanagement zuständige Prüfstelle bzw. Geschäftsleitung oder der Vorstand die Durchführung einer internen Untersuchung für geboten hält und diese angestoßen wird, sind daran gegebenenfalls weitere Fachabteilungen beteiligt, zum Beispiel insbesondere Internal Audit.

HINWEISGEBER:INSYSTEM DER PROSIEBENSAT.1 GROUP



Die ProSiebenSat.1 Group schätzt die Vielfalt, die Mitarbeiter:innen und Führungskräfte an individuellen Eigenschaften, Erfahrungen und Kenntnissen in das Unternehmen einbringen, und

betrachtet Diversität als wichtigen Erfolgsfaktor für die Entwicklung des Konzerns. Insbesondere der Anteil von Frauen in Führungspositionen ist für die ProSiebenSat.1 Group ein zentraler Diversitätsaspekt. Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE hat mit Beschluss vom 30. Juni 2017 mit Blick auf § 76 Abs. 4 AktG i. V. m. Art. 9 Abs. 1 lit. c) ii) SE-VO in Bezug auf den Frauenanteil in den beiden Führungsebenen unterhalb des Vorstands folgende Zielgrößen festgelegt, die bis zum 30. Juni 2022 erreicht sein sollen:

– Erste Führungsebene: 15 Prozent

– Zweite Führungsebene: 30 Prozent

Der Frauenanteil für die erste Führungsebene in der ProSiebenSat.1 Media SE betrug zum Ende des abgelaufenen Geschäftsjahres 31,8 Prozent (Vorjahr: 25,0 %). Die Frauenquote für die zweite Führungsebene lag bei 38,5 Prozent (Vorjahr: 30,4 %). Damit wurden die Ziele im Hinblick auf den Frauenanteil in den beiden Führungsebenen unterhalb des Vorstands im Berichtszeitraum jeweils übertroffen.

Aufsichtsrat

Der Aufsichtsrat bestellt und entlässt die Mitglieder des Vorstands, überwacht und berät den Vorstand bei der Leitung des Unternehmens und ist in Entscheidungen von grundlegender Bedeutung für das Unternehmen einzubinden. Der Aufsichtsratsvorsitzende wird vom Aufsichtsrat aus seiner Mitte gewählt. Er koordiniert die Arbeit im Aufsichtsrat und nimmt die Belange des Aufsichtsrats nach außen wahr. Vor diesem Hintergrund führt der Aufsichtsratsvorsitzende in angemessenem Rahmen Gespräche mit Investor:innen über aufsichtsratsspezifische Themen, die sich jedoch nicht auf die Strategie sowie die Leitung des Unternehmens beziehen.

Hauptversammlung

Die Aktionär:innen nehmen ihre Mitverwaltungs- und Kontrollrechte auf der Hauptversammlung wahr, die durch den Versammlungsleiter zügig abgewickelt wird und spätestens nach vier bis sechs Stunden beendet sein sollte. Die Hauptversammlung wird zudem teilweise im Internet übertragen. Jede Stückaktie gewährt in der Hauptversammlung eine Stimme. Die Aktionär:innen der Gesellschaft werden mit der Einladung zur Hauptversammlung über die einzelnen Tagesordnungspunkte und die Beschlussvorschläge von Vorstand und Aufsichtsrat fristgerecht informiert. Der Vorstand sorgt für die Bestellung eines/r Stimmrechtsvertreter:in zur weisungsgebundenen Ausübung des Stimmrechts der Aktionär:innen und damit zur Erleichterung der Wahrnehmung der Aktionärsrechte. Der/die Stimmrechtsvertreter:in ist auf der Hauptversammlung anwesend und erreichbar, eine Bevollmächtigung und Weisungserteilung an den/die Stimmrechtsvertreter:in ist ferner durch Aktionär:innen bzw. deren Vertreter:innen, die nicht vor Ort an der Hauptversammlung teilnehmen, grundsätzlich bis zum Vortag bzw. bei Nutzung des Online-Aktionärsportals bis zum Ende der Generaldebatte der jeweiligen Hauptversammlung möglich.

Vor dem Hintergrund der andauernden Ausbreitung des SARS-CoV-2-Virus (sogenannte COVID-19-Pandemie) hatte der Vorstand der Gesellschaft mit Zustimmung des Aufsichtsrats beschlossen, die Hauptversammlung am 1. Juni 2021 auf der Grundlage des Gesetzes über Maßnahmen im Gesellschafts-, Genossenschafts-, Vereins-, Stiftungs- und Wohnungseigentumsrechts zur Bekämpfung der Auswirkungen der COVID-19-Pandemie vom 27. März 2020, geändert durch die Verordnung zur Verlängerung von Maßnahmen im Gesellschafts-, Genossenschafts-, Vereins- und Stiftungsrecht zur Bekämpfung der Auswirkungen der COVID-19-Pandemie vom 20. Oktober 2020, erneut als virtuelle Hauptversammlung ohne physische Anwesenheit der Aktionär:innen oder ihrer Bevollmächtigten abzuhalten. Die gesamte virtuelle Hauptversammlung wurde über das Online-Aktionärsportal im Internet in Ton und Bild live übertragen. Aktionär:innen oder ihre Bevollmächtigten konnten ihre Stimmen schriftlich oder im Wege elektronischer Kommunikation (Briefwahl) sowie mittels Bevollmächtigung eines/r von der Gesellschaft benannten

Stimmrechtsvertreter:in abgeben. Fragen an den Vorstand und an den Aufsichtsrat konnten Aktionär:innen mittels elektronischer Kommunikation über das Online-Aktionärsportal bis zwei Tage vor der Hauptversammlung abgeben. Zusätzlich bestand die Möglichkeit, während der Aussprache Nachfragen zu stellen. Aktionär:innen, die ihr Stimmrecht per Briefwahl bzw. durch Bevollmächtigte ausgeübt haben, hatten die Möglichkeit, Widerspruch zu den Beschlüssen der Hauptversammlung mittels elektronischer Kommunikation über das Online-Aktionärsportal von Beginn der virtuellen Hauptversammlung bis zu deren Beendigung abzugeben.

ZUSAMMENSETZUNG DES VORSTANDS

Dem Vorstand gehören nach den Vorgaben der Satzung ein oder mehrere Mitglieder an. Die Zahl der Mitglieder des Vorstands bestimmt der Aufsichtsrat. Zum 31. Dezember 2021 bestand der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE aus drei Mitgliedern (Vorjahr: drei Mitglieder). Seit dem 1. Januar 2022 besteht der Vorstand aus vier Mitgliedern. Die Ernennung und Abberufung der Mitglieder des Vorstands erfolgt gemäß Art. 39 Abs. 2 SE-VO grundsätzlich durch den Aufsichtsrat als Aufsichtsorgan. Gemäß § 7 Abs. 2 Satz 1 der Satzung i. V. m. Art. 46 SE-VO können Vorstandsmitglieder für einen Zeitraum von höchstens fünf Jahren bestellt werden. Erstbestellungen erfolgen in der Regel aber nicht unter Ausschöpfung dieser Höchstdauer, sondern grundsätzlich für höchstens drei Jahre. Wiederbestellungen, jeweils für höchstens fünf Jahre, sind zulässig. Für die Mitglieder des Vorstands hat der Aufsichtsrat entsprechend der Empfehlung des DCGK eine Altersgrenze bestimmt. So sollen Kandidat:innen, die während der Dauer ihrer vorgesehenen Amtszeit das 65. Lebensjahr erreichen, nicht in den Vorstand bestellt werden. Der Aufsichtsrat hat sich auch im vergangenen Jahr zu Fragen der langfristigen Nachfolgeplanung für den Vorstand beraten, sich dazu mit dem Vorstand ausgetauscht und dabei sowohl inhaltliche Schwerpunkte der künftigen Vorstandsarbeit als auch im Unternehmen verfügbare Führungskräfte analysiert.

→ Mitglieder des Vorstands

Ziele für die Zusammensetzung des Vorstands

Der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE hat für die Zusammensetzung des Vorstands mit Blick auf die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen gemäß § 111 Abs. 5 AktG i. V. m. Art. 9 Abs. 1 lit. c) ii) SE-VO Zielgröße sowie Fristen für eine entsprechende Zielerreichung festgelegt:

Der Aufsichtsrat hat am 10. Dezember 2019 beschlossen, an der zuletzt mit Beschluss vom 12. Mai 2017 festgelegten Zielgröße für die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen im Vorstand von einer Frau festzuhalten. Die Frist zur Umsetzung der Zielgröße läuft am 31. Dezember 2024 ab. Mit der Bestellung von Christine Scheffler zum Mitglied des Vorstands der ProSiebenSat.1 Media SE im März 2020 wird diese Zielgröße für die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen im Vorstand im Berichtszeitraum bereits erfüllt. Abgesehen vom Frauenanteil wurden bisher keine weiteren Diversitätsaspekte als Zielgröße für den Vorstand definiert, da der Aufsichtsrat dies für Zwecke der Besetzung des Vorstands mit geeigneten Kandidat:innen derzeit nicht für erforderlich hält.

ARBEITSWEISE DES VORSTANDS

Jedes Vorstandsmitglied verantwortet einen eigenen Zuständigkeitsbereich, über den es seine Vorstandskolleg:innen laufend unterrichtet. Die Zusammenarbeit und Zuständigkeiten der Vorstandsmitglieder werden durch eine Geschäftsordnung geregelt, die der Aufsichtsrat für den Vorstand erlassen hat und die er bei Bedarf aktualisiert. Die Geschäftsordnung regelt insbesondere auch den Geschäftsverteilungsplan und die dem Gesamtvorstand vorbehaltenen Angelegenheiten. Der Vorstand hat keine Ausschüsse eingerichtet.

Sitzungen des Gesamtvorstands fanden in der Regel wöchentlich statt und werden vom Vorstandssprecher & Finanzvorstand geleitet (seit dem 1. Januar 2022: vom Vorstandsvorsitzenden). In den Sitzungen werden unter anderem Beschlüsse zu Maßnahmen und Geschäften gefasst, die nach der Geschäftsordnung des Vorstands die Zustimmung des Gesamtvorstands erfordern. Um Beschlüsse fassen zu können, müssen mindestens die Hälfte der Vorstandsmitglieder an der Beschlussfassung teilnehmen. Beschlüsse des Gesamtvorstands werden mit einfacher Mehrheit gefasst. Im Falle einer Stimmengleichheit entscheidet die Stimme des Vorstandssprechers & Finanzvorstands (seit dem 1. Januar 2022: des Vorstandsvorsitzenden). Bei wesentlichen Ereignissen kann jedes Vorstandsmitglied eine außerordentliche Sitzung des Gesamtvorstands einberufen.

Beschlüsse des Vorstands können auch außerhalb von Sitzungen durch mündliche, telefonische oder schriftliche Abstimmung sowie durch Abstimmung in Textform gefasst werden.

Zu jeder Sitzung des Gesamtvorstands sowie zu jeder außerhalb einer Sitzung erfolgten Beschlussfassung wird ein schriftliches Protokoll angefertigt, das vom Vorstandssprecher & Finanzvorstand (seit dem 1. Januar 2022: vom Vorstandsvorsitzenden) bzw. dem Vorsitzenden der Sitzung unterzeichnet wird. Dieses Protokoll wird unverzüglich jedem Vorstandsmitglied schriftlich oder in Textform zugeleitet und in der nächsten Vorstandssitzung zur Genehmigung vorgelegt. Erhebt keine der Personen, die an der Sitzung bzw. Beschlussfassung teilgenommen haben, Widerspruch gegen Inhalt oder Formulierung des Protokolls, gilt das Protokoll als genehmigt.

Zusätzlich zu den regelmäßigen Sitzungen des Vorstands findet mindestens ein Strategie-Workshop im Jahr statt. Im Rahmen solcher Workshops werden strategische Zielsetzungen konzernweit priorisiert und gemeinsam mit leitenden Angestellten aus verschiedenen Unternehmensbereichen die Strategie für das laufende Geschäftsjahr weiterentwickelt.

ZUSAMMENSETZUNG DES AUFSICHTSRATS

Dem Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE gehörten zum 31. Dezember 2021 nach der Amtsniederlegung von Adam Cahan mit Wirkung zum 12. November 2021, acht Mitglieder (Vorjahr: neun Mitglieder) an, die sämtlich von der Hauptversammlung gewählt wurden. Neue Aufsichtsratsmitglieder durchlaufen ein strukturiertes Einführungsverfahren (sogenannter Onboarding-Prozess), in dem sie mit dem Unternehmen und ihren Aufgaben vertraut gemacht werden.
→ Mitglieder des Aufsichtsrats

Ziele für die Zusammensetzung des Aufsichtsrats

Der Aufsichtsrat hat sich mit den Empfehlungen des DCGK in der Fassung vom 16. Dezember 2019 zu konkreten Zielen seiner Zusammensetzung eingehend auseinandergesetzt und unter Berücksichtigung der unternehmensspezifischen Besonderheiten gemäß § 111 Abs. 5 AktG i. V. m. Art. 9 Abs. 1 lit. c) ii) SE-VO Ziele für seine Zusammensetzung am 15. Dezember 2021 beschlossen. Danach strebt der Aufsichtsrat an, dass

- dem Aufsichtsrat eine angemessene Anzahl unabhängiger Aufsichtsratsmitglieder angehören soll, wobei mehr als die Hälfte der Aufsichtsratsmitglieder unabhängig von der Gesellschaft und vom Vorstand sein soll;
- der Frauenanteil mindestens 1/3 (ein Drittel) betragen soll, welcher bis spätestens 31. März 2024 erreicht sein soll;
- die Mitglieder des Aufsichtsrats über besondere internationale Kenntnisse und Erfahrungen auf den Gebieten Rundfunk, Medien und Kommunikation verfügen sollen;

- der internationalen Tätigkeit des Unternehmens Rechnung getragen werden soll. Der Aufsichtsrat soll mit Mitgliedern besetzt werden, die aufgrund ihrer Herkunft oder beruflichen Tätigkeit Regionen oder Kulturräume vertreten, in denen die Gesellschaft eine wesentliche Tätigkeit entfaltet. In diesem Zuge soll ferner der Diversität bei der Besetzung Rechnung getragen und das derzeitige Niveau der Vielfalt gleichermaßen beibehalten werden. Der Aufsichtsrat soll mit Mitgliedern besetzt werden, die aufgrund ihrer Herkunft, ihres persönlichen Hintergrunds, ihrer Ausbildung oder beruflichen Tätigkeit, dem Aufsichtsrat breit gefächerte Erfahrungswerte und Spezialkenntnisse zur Verfügung stellen können;
- er weiterhin in jedem Einzelfall im Rahmen der Gesetze und unter Berücksichtigung des DCGK prüft, wie er mit potenziellen oder auftretenden Interessenkonflikten umgeht, um weiterhin eine unvoreingenommene, am Unternehmensinteresse orientierte Überwachung und Beratung des Vorstands der Gesellschaft zu gewährleisten;
- die in der vom Aufsichtsrat beschlossenen Geschäftsordnung vorgesehene Altersgrenze von 70 Jahren zum Zeitpunkt der Bestellung zum Aufsichtsratsmitglied beibehalten werden soll;
- eine Person, die für drei volle aufeinanderfolgende Amtszeiten und damit in der Regel fünfzehn Jahre Mitglied des Aufsichtsrats der Gesellschaft war, soll in der Regel für eine Wiederwahl in den Aufsichtsrat nicht mehr vorgeschlagen werden.

Der Aufsichtsrat in seiner derzeitigen Besetzung erfüllt bereits die vorstehend genannten und gemäß DCGK und AktG selbst auferlegten Ziele seiner Zusammensetzung. Der Aufsichtsrat betrachtet für das Geschäftsjahr 2021 sämtliche Aufsichtsratsmitglieder als unabhängig.

ÜBERSICHT DER AMTSZEITEN DER MITGLIEDER DES AUFSICHTSRATS

Name	Datum der Erstbestellung/ Datum der Wiederbestellung	Ende der Amtszeit [jeweils bis Ablauf der ordentlichen HV des Jahres oder Niederlegung]
Brandt, Dr. Werner (Vorsitzender)	26.06.2014 12.06.2019	HV 2022 [3 Jahre]
Helmes, Dr. Marion (stellv. Vorsitzende)	26.06.2014 12.06.2019	HV 2023 [4 Jahre]
Aidem, Lawrence A.	26.06.2014 12.06.2019	HV 2023 [4 Jahre]
Cahan, Adam	26.06.2014 12.06.2019	12.11.2021
Huggers, Erik	26.06.2014 12.06.2019	HV 2024 [5 Jahre]
Kaplan, Marjorie	16.05.2018 12.06.2019	HV 2024 [5 Jahre]
Mehta, Ketan	24.11.2015 12.06.2019	HV 2024 [5 Jahre]
Mei-Pochtler, Dr. Antonella	13.04.2020 10.06.2020	HV 2023 [4 Jahre]
Nonnenmacher, Prof. Dr. Rolf	21.05.2015 12.06.2019	HV 2022 [3 Jahre]
Wiele, Dr. Andreas	13.02.2022 (gerichtliche Bestellung)	HV 2022 [Ergänzungswahl für Adam Cahan]

Die beschriebenen Ziele für die Zusammensetzung des Aufsichtsrats und Festlegung zur gleichberechtigten Teilhabe von Frauen im Aufsichtsrat gemäß § 111 Abs. 5 AktG i. V. m. Art. 9 Abs. 1 lit. c) ii) SE-VO sind Bestandteil des Diversitätskonzepts für den Aufsichtsrat gemäß §§ 289f Abs. 2 Nummer 6 und 315d HGB. Weiterer Bestandteil des Diversitätskonzepts für den Aufsichtsrat ist das nachstehend erläuterte Kompetenzprofil des Aufsichtsrats.

Kompetenzprofil des Aufsichtsrats

Der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE hat sich vor dem Hintergrund der Empfehlung des DCGK in der Fassung vom 16. Dezember 2019 unter Ziff. C.1 (Zusammensetzung des Aufsichtsrats) das nachstehend erläuterte Kompetenzprofil für das Gesamtgremium erarbeitet und am

15. Dezember 2021 beschlossen, so dass eine qualifizierte Kontrolle und Beratung der Gesellschaft durch den Aufsichtsrat sichergestellt werden kann. Das Gesamtgremium erfüllt die Anforderungen in seiner aktuellen Zusammensetzung bereits.

Dabei sollen von jedem Aufsichtsratsmitglied unverzichtbare allgemeine Kenntnisse mit eingebracht werden, so dass die entsprechenden Kandidat:innen in der Lage sind, aufgrund ihrer Persönlichkeit, Unabhängigkeit, Leistungsbereitschaft und Integrität die Aufgaben des Aufsichtsrats in einem international agierenden Medien-/Digitalkonzern wahrzunehmen. Zudem soll bei den Wahlvorschlägen von Kandidat:innen durch den Präsidial- und Nominierungsausschuss des Aufsichtsrats an den Gesamtaufsichtsrat und anschließend die Hauptversammlung sichergestellt sein, dass das Thema Diversität Beachtung findet.

Die für eine qualifizierte und erfolgreiche Arbeit des Aufsichtsrats erforderlichen Kenntnisse und Erfahrungen sollen – dem Wesen des Aufsichtsrats als Kollegialorgan entsprechend – durch die Gesamtheit aller Mitglieder des Aufsichtsrats gewährleistet werden.

Der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE soll insgesamt über die Kompetenzen und Kenntnisse verfügen, die angesichts der Aktivitäten der ProSiebenSat.1 Group als wesentlich erachtet werden. Hierzu gehören insbesondere fundierte Kenntnisse hinsichtlich:

- Erfahrung in der Führung eines börsennotierten, international agierenden Unternehmens;
- Erfahrung in der Transformation von Medienunternehmen in Richtung eines Digitalkonzerns;
- fundiertes Verständnis der unterschiedlichen Geschäftsfelder der ProSiebenSat.1-Gruppe – im Speziellen Content und Broadcasting, Vertrieb, Digital Entertainment – insbesondere Streaming, E-Commerce und Produktion – sowie des Marktumfeldes des Konzerns und der Medienregulierung/-politik;
- fundierte Kenntnisse im Bereich digitale Geschäftsentwicklung, digitale Diversifikations- und Plattform-Strategien (wie zum Beispiel Addressable TV), Daten und Werbetechnologien sowie M&A;
- fundierte Kenntnisse in den Bereichen Personalentwicklung und -führung;
- fundierte Kenntnisse in den Bereichen Governance und Compliance;
- fundierte Kenntnisse in der Umsetzung einer Nachhaltigkeitsstrategie, die einem Medienunternehmen gemäß, einen starken Fokus auf gesellschaftliche Verantwortung und Public Value legt.

Zudem ist erforderlich, dass mindestens ein Mitglied des Aufsichtsrats über Sachverstand auf dem Gebiet der Rechnungslegung verfügt und mindestens ein weiteres Mitglied des Aufsichtsrats über Sachverstand auf dem Gebiet der Abschlussprüfung.

Im Rahmen von Wahlvorschlägen an die Hauptversammlung soll insbesondere auf Persönlichkeit, Integrität, Leistungsbereitschaft und Unabhängigkeit der Kandidat:innen geachtet werden. Zudem sollen die Aufsichtsratsmitglieder der vom DCGK unter Ziff. C.4 empfohlenen Begrenzung von Mandaten in konzernexternen börsennotierten Gesellschaften nachkommen.

Bei Wahlvorschlägen des Aufsichtsrats an die Hauptversammlung sollen sämtliche Voraussetzungen erfüllt und die vorangehenden Ziele berücksichtigt sein, so dass eine gesamtheitliche Ausfüllung des Kompetenzprofils für den Aufsichtsrat gewährleistet ist.

Weitere Informationen zum Kompetenzprofil des Aufsichtsrats sind auf der Website der ProSiebenSat.1 Media SE zu finden.
→ www.prosiebensat1.com/investor-relations/corporate-governance/organe

ARBEITSWEISE DES AUFSICHTSRATS

Der Aufsichtsrat wird vom Vorstand zeitnah und umfassend schriftlich informiert sowie in den quartalsweise stattfindenden Aufsichtsratssitzungen über die Planung, die Geschäftsentwicklung und die Lage des Konzerns einschließlich des Risikomanagements sowie über Fragen der Compliance unterrichtet. Bei wesentlichen Ereignissen wird gegebenenfalls eine außerordentliche Aufsichtsratssitzung einberufen. Der Aufsichtsrat wird vom Vorstand in Strategie und Planung sowie in alle Fragen von grundlegender Bedeutung für das Unternehmen eingebunden. Die Satzung der Gesellschaft und die Geschäftsordnung des Vorstands sehen für bedeutende Geschäftsvorgänge Zustimmungsvorbehalte zugunsten des Aufsichtsrats vor. So ist beispielsweise für die Festlegung der Jahresplanung, größere Akquisitionen bzw. Desinvestitionen oder Investitionen in Programmlizenzen die Zustimmung des Aufsichtsrats erforderlich. Nähere Informationen zur Zusammenarbeit von Vorstand und Aufsichtsrat und zu wichtigen Beratungsthemen im Geschäftsjahr 2021 sind im Bericht des Aufsichtsrats zu finden.
→ **Bericht des Aufsichtsrats**

Der Aufsichtsrat hält mindestens zwei Sitzungen pro Kalenderhalbjahr ab. Für seine Arbeit hat sich der Aufsichtsrat in Ergänzung zu den Vorgaben der Satzung eine Geschäftsordnung gegeben, die auch auf der Internetseite der Gesellschaft einsehbar ist:
→ **www.prosiebensat1.com/investor-relations/corporate-governance/organe**

Danach koordiniert der Aufsichtsratsvorsitzende die Arbeit im Aufsichtsrat, leitet dessen Sitzungen und nimmt die Belange des Gremiums nach außen wahr. Der Aufsichtsrat fasst seine Beschlüsse in der Regel in Sitzungen. Auf Anweisung des Aufsichtsratsvorsitzenden können Beschlüsse jedoch auch in Telefon- oder Videokonferenzen oder außerhalb einer Sitzung gefasst werden. Ebenfalls zulässig ist eine Beschlussfassung durch eine Kombination von Stimmabgaben in Sitzungen mit anderen Formen der Stimmabgabe.

Der Aufsichtsrat ist beschlussfähig, wenn mindestens die Hälfte seiner Mitglieder an der Abstimmung teilnimmt. Beschlussfassungen des Aufsichtsratsgremiums werden grundsätzlich mit einfacher Mehrheit der abgegebenen Stimmen gefasst, soweit nicht das Gesetz eine andere Mehrheit vorschreibt. Bei Stimmengleichheit entscheidet die Stimme des Aufsichtsratsvorsitzenden, bei dessen Nichtteilnahme die der stellvertretenden Aufsichtsratsvorsitzenden.

Die Aufsichtsratssitzungen werden protokolliert, das Protokoll wird vom Aufsichtsratsvorsitzenden unterzeichnet. Beschlüsse, die außerhalb von Sitzungen gefasst werden, werden ebenfalls schriftlich festgehalten. Eine Kopie des Protokolls bzw. der außerhalb einer Sitzung gefassten Beschlüsse wird unverzüglich an alle Mitglieder des Aufsichtsrats versendet. Die Aufsichtsratsmitglieder, die an der Sitzung bzw. Beschlussfassung teilgenommen haben, können innerhalb eines Monats nach Versand gegenüber dem Aufsichtsratsvorsitzenden schriftlich Widerspruch einlegen. Andernfalls gilt das Protokoll als genehmigt.

Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher, Vorsitzender des Prüfungsausschusses, verfügt aufgrund seines beruflichen Hintergrunds über besondere Kenntnisse und Erfahrung in der Abschlussprüfung. Dr. Marion Helmes, Mitglied des Prüfungsausschusses, verfügt aufgrund ihres beruflichen Hintergrunds über besondere Kenntnisse und Erfahrung in der Anwendung von Rechnungslegungsgrundsätzen und internen Kontrollsystemen. Sämtliche Mitglieder des Prüfungsausschusses sind unabhängig im Sinne der Empfehlung C.10 DCGK.

Des Weiteren sind auch die Mitglieder des Gesamtaufsichtsrats in ihrer Gesamtheit mit dem Sektor, in dem die Gesellschaft tätig ist, gemäß § 100 Abs. 5 AktG i. V. m. Art. 9 Abs. 1 lit. c) ii) SE-VO vertraut. Jedes Aufsichtsratsmitglied hat Interessenkonflikte, insbesondere solche, die etwa aufgrund einer Beratung oder Organfunktion bei Kund:innen, Lieferant:innen, Kreditgeber:innen oder sonstigen Geschäftspartner:innen entstehen könnten, unverzüglich dem Präsidial- und Nominierungsausschuss des Aufsichtsrats mitzuteilen.

Entsprechend der Empfehlung D.13 des DCGK führt der Aufsichtsrat regelmäßig eine Selbstbeurteilung durch. Wesentliche Themen sind unter anderem das Selbstverständnis des Aufsichtsrats, die Organisation seiner Tätigkeit, die Unabhängigkeit der Aufsichtsratsmitglieder, die Behandlung von potenziellen Interessenkonflikten sowie die Besetzung der Ausschüsse. Die letzte Überprüfung seiner Effizienz der Aufsichtsratsarbeit fand am 15. Dezember 2021 im Rahmen einer „Closed Session" anhand eines detaillierten Fragenkataloges statt.

ZUSAMMENSETZUNG UND ARBEITSWEISE DER AUFSICHTSRATSAUSSCHÜSSE

Der Aufsichtsrat hat im Geschäftsjahr 2021 vier Ausschüsse eingesetzt. Die Besetzung der Aufsichtsratsausschüsse erfolgt durch den Aufsichtsrat. Bei der Auswahl der Ausschussmitglieder werden potenzielle Interessenkonflikte der Aufsichtsratsmitglieder und die jeweiligen beruflichen Qualifikationen berücksichtigt.

ZUSAMMENSETZUNG DER AUFSICHTSRATSAUSSCHÜSSE ZUM 31. DEZEMBER 2021

PRÄSIDIAL- UND NOMINIERUNGSAUSSCHUSS
Dr. Werner Brandt (Co-Vorsitzender), Dr. Marion Helmes (Co-Vorsitzende), Lawrence A. Aidem, Marjorie Kaplan, Ketan Mehta, Dr. Antonella Mei-Pochtler

PRÜFUNGSAUSSCHUSS
Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher (Vorsitzender und unabhängiger Finanzexperte insbesondere auf dem Gebiet der Abschlussprüfung), Dr. Marion Helmes (Expertin für Rechnungslegung und Kontrollsysteme), Dr. Antonella Mei-Pochtler

PERSONALAUSSCHUSS
Dr. Werner Brandt (Vorsitzender), Dr. Marion Helmes, Lawrence A. Aidem, Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher

KAPITALMARKTAUSSCHUSS
Dr. Werner Brandt (Vorsitzender), Dr. Marion Helmes, Ketan Mehta, Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher

Die Aufsichtsratsausschüsse kommen in der Regel quartalsweise bzw. nach Bedarf zu Sitzungen zusammen. Den Ausschüssen sind, soweit gesetzlich zulässig, verschiedene Aufgaben des Aufsichtsrats zur Beschlussfassung übertragen, insbesondere die Zustimmung zu bestimmten Maßnahmen der Geschäftsführung. Ein Ausschuss ist beschlussfähig, wenn mindestens die Hälfte der Mitglieder an der Beschlussfassung teilnimmt. Beschlüsse in den Ausschüssen werden grundsätzlich mit einfacher Mehrheit der Stimmen gefasst; bei Stimmengleichheit entscheidet die Stimme des Ausschussvorsitzenden. Zu jeder Ausschusssitzung wird ein schriftliches Protokoll angefertigt und von dem bzw. der Ausschussvorsitzenden unterzeichnet. Auch Beschlussfassungen außerhalb von Sitzungen werden schriftlich festgehalten. Sitzungsprotokolle und Beschlussfassungen werden an alle Mitglieder des jeweiligen Ausschusses versendet. Sie gelten als genehmigt, wenn kein Ausschussmitglied, das an der Sitzung oder der Beschlussfassung teilgenommen hat, dessen Inhalt innerhalb von einem Monat nach Zustellung widerspricht. Die Ausschussvorsitzenden berichten in den Aufsichtsratssitzungen über die Arbeit in den Ausschüssen.

Der Vorstandssprecher & Finanzvorstand (seit 1. Januar 2022: Vorstandsvorsitzender sowie zusätzlich der Finanzvorstand) und der Abschlussprüfer nehmen regelmäßig an den Sitzungen des Prüfungsausschusses teil. Auf Beschluss des Prüfungsausschusses tagt dieser mit dem

Abschlussprüfer auch ohne den Vorstand. Darüber hinaus lädt der Vorsitzende des Prüfungsausschusses bei Bedarf insbesondere leitende Angestellte aus den Bereichen Finanzen und Bilanzierung zu Informationszwecken ein. Für seine Arbeit hat der Aufsichtsrat dem Prüfungsausschuss eine Geschäftsordnung gegeben. Zusätzlich findet auch außerhalb der Sitzungen ein regelmäßiger Dialog zwischen dem Prüfungsausschuss und den Abschlussprüfern statt. Die individualisierte Offenlegung der Sitzungsteilnahmen des Aufsichtsrats im Geschäftsjahr 2021 befindet sich im
→ Bericht des Aufsichtsrats

TRANSPARENZ UND EXTERNE BERICHTERSTATTUNG

Mit Offenheit und Transparenz soll das Vertrauen der Aktionär:innen und Kapitalgeber:innen sowie der interessierten Öffentlichkeit gestärkt werden. Daher unterrichtet die ProSiebenSat.1 Media SE regelmäßig über wesentliche Entwicklungen der Geschäftslage und Änderungen im Konzern. Das Unternehmen stellt Informationen grundsätzlich zeitgleich allen Aktionär:innen, Finanzanalyst:innen sowie Medienvertreter:innen und der interessierten Öffentlichkeit zur Verfügung. Diese werden auch in englischer Sprache veröffentlicht, um die Internationalität der Interessengruppen zu berücksichtigen.

Im Finanzkalender werden die Veröffentlichung von Finanzberichten und Quartalsmitteilungen sowie weitere wichtige Termine wie zum Beispiel das Datum der Hauptversammlung frühzeitig bekannt gegeben. Der Kalender ist auf der ProSiebenSat.1-Homepage abrufbar.
→ www.prosiebensat1.com/investor-relations/praesentationen-events/finanzkalender

Im Sinne einer fairen Kommunikation und zeitnahen Information im In- und Ausland nutzt das Unternehmen insbesondere das Internet als Kommunikationskanal. Auf der Homepage werden alle relevanten Unternehmensinformationen publiziert. Geschäfts- und Halbjahresfinanzberichte sowie Quartalsmitteilungen, aktuelle Kurs-Charts und Unternehmenspräsentationen sind dort jederzeit abrufbar. Auf Sonderseiten informiert der Konzern über organisatorische und rechtliche Themen im Zusammenhang mit der jährlichen Hauptversammlung. Neben der Tagesordnung selbst sind dort im Anschluss an die Hauptversammlung auch die Rede des Vorstandssprechers & Finanzvorstands (ab 1. Januar 2022: Vorstandsvorsitzenden) sowie die Abstimmungsergebnisse abrufbar. In der Rubrik „Corporate Governance" veröffentlicht die ProSiebenSat.1 Media SE zudem die aktuelle Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289f HGB und §§ 289f, 315d, 315e HGB sowie die Entsprechenserklärung zum DCGK gemäß § 161 AktG einschließlich eines Archivs mit den Erklärungen der vorhergehenden mindestens fünf Jahre sowie die Satzung des Unternehmens.

Im Rahmen der Jahres- und Zwischenberichterstattung werden viermal im Geschäftsjahr die Geschäftsentwicklung sowie die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der ProSiebenSat.1 Group erläutert. Der Konzernabschluss und der Konzernlagebericht werden binnen 90 Tagen nach Geschäftsjahresende, die verpflichtenden unterjährigen Finanzinformationen binnen 45 Tagen nach Ende des Berichtszeitraums öffentlich zugänglich gemacht:
→ http://www.prosiebensat1.com/investor-relations/publikationen/ergebnisse

Tatsachen, die den Börsenkurs erheblich beeinflussen könnten, werden entsprechend den gesetzlichen Bestimmungen auch außerhalb der regelmäßigen Berichterstattung unverzüglich als Ad-hoc-Meldung veröffentlicht und unverzüglich im Internet zugänglich gemacht:
→ www.prosiebensat1.com/presse/newsroom/ad-hoc-publizitaet

Meldungen zu Veränderungen bei bedeutenden Stimmrechtsanteilen gemäß den §§ 33 ff. Wertpapierhandelsgesetz (WpHG) werden unverzüglich nach Eingang veröffentlicht. Aktuelle Informationen sind auf der Internetseite abrufbar:
→ www.prosiebensat1.com/investor-relations/publikationen/stimmrechtsmitteilungen

Auch Directors'-Dealings-Meldungen nach Art. 19 der Verordnung (EU) Nr. 596/2014 über Marktmissbrauch (MAR) werden unverzüglich nach deren Eingang veröffentlicht:

→ www.prosiebensat1.com/investor-relations/publikationen/directors-dealings

Im Geschäftsjahr 2021 wurden der ProSiebenSat.1 Media SE gemäß Art. 19 MAR 17 Geschäfte von Personen mit Führungsaufgaben oder ihnen nahestehenden Personen in Aktien der Gesellschaft bzw. sich auf Aktien der Gesellschaft beziehenden Finanzinstrumenten gemeldet.

Zum 31. Dezember 2021 hielten Mitglieder des Vorstands insgesamt 209.970 Aktien (Vorjahr: 131.102) und Mitglieder des Aufsichtsrats insgesamt 133.713 Aktien (Vorjahr: 102.235) an der ProSiebenSat.1 Media SE.

INDIVIDUALISIERTER AKTIENBESITZ VON VORSTAND UND AUFSICHTSRAT ZUM 31. DEZEMBER 2021

	Anzahl Aktien	Aktienwert bei Kauf (in Euro)	Investitions-verpflichtung zum 31.12.2021 (in Euro)	Aktienwert zum 31.12.2021 (in Euro)[5]
VORSTAND[1]				
Rainer Beaujean	195.152[2]	2.498.471	261.625[4]	2.734.080
Wolfgang Link	8.860	152.294	90.000[4]	124.129
Christine Scheffler	5.958	99.304	72.000[4]	83.472
AUFSICHTSRAT			**zur HV 2022**	
Dr. Werner Brandt	55.600	900.410	434.000	778.956
Dr. Marion Helmes	11.300	225.265	263.965	158.313
Lawrence A. Aidem	5.401	130.067	152.750	75.668
Adam Cahan (Niederlegung im November 2021)	7.057	123.026	—	98.869
Erik Huggers	4.983	119.949[3]	140.000	69.812
Marjorie Kaplan	4.262	55.358	77.103	59.711
Dr. Antonella Mei-Pochtler	8.046	125.656	32.004	112.724
Ketan Mehta	24.000	369.683	131.337	336.340
Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher	13.064	209.961	197.509	183.027

1 Bis zum Erreichen der vorgeschriebenen Höhe von 100 % der jährlichen Grundvergütung sind die Vorstandsmitglieder verpflichtet, in jedem Geschäftsjahr einen Betrag aufzuwenden, der mindestens 25 % der jährlichen Brutto-Auszahlung aus dem Performance Bonus und dem Performance Share Plan entspricht. Rainer Beaujean hat seine Gesamt-Investitionsverpflichtung bereits freiwillig direkt bei Eintritt erfüllt. Für Wolfgang Link und Christine Scheffler erfolgte die erstmalige Anwendung mit der Auszahlung des Performance Bonus 2020 im Geschäftsjahr 2021.
2 Davon 1.102 Stück vor Amtsantritt.
3 Erwerb weiterer Aktien am 19.01.2022 im Wert von 20.157,33 Euro, d.h. der Aktienbesitz belief sich zum 19.01.2022 auf insgesamt 140.105,95 Euro.
4 Summe aus 25 % der jährlichen Brutto-Auszahlungen aus der variablen Vergütung seit Beginn der jeweiligen Aufbauphase.
5 Aktienkurs zum 31.12.2021: 14,01 Euro.

Weiterführende Angaben zu den aktienbasierten Vergütungsprogrammen Performance Share Plan und Group Share Plan sowie zum Mitarbeiter:innenaktienprogramm (myShares) der ProSiebenSat.1 Media SE sind im Konzernlagebericht sowie im Anhang des Konzernabschlusses enthalten.

→ Vergütungsbericht → Konzern-Anhang, Ziffer 26 „Eigenkapital“

Die Rechnungslegung der ProSiebenSat.1 Group erfolgt nach Grundsätzen der IFRS (International Financial Reporting Standards), wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind. Der Jahresabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE als Konzern-Muttergesellschaft wird nach den Rechnungslegungsvorschriften des deutschen Handelsgesetzbuches (HGB) erstellt. Sowohl der Einzelabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE als auch der Konzernabschluss sind auf der

Homepage der Gesellschaft abrufbar[1]:

→ www.prosiebensat1.com/

Beide Abschlüsse werden von einer unabhängigen Wirtschaftsprüfungsgesellschaft geprüft und testiert. Für das Geschäftsjahr 2021 sind sie von der Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft („Ernst & Young“) mit Nathalie Mielke als verantwortlicher Prüferin ordnungsgemäß geprüft und am 1. März 2022 mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen worden. Zudem hat Prof. Dr. Sven Hayn den Bestätigungsvermerk unterschrieben. Nathalie Mielke ist seit dem Geschäftsjahr 2019 als verantwortliche Prüferin von Ernst & Young für die Gesellschaft tätig.

→ Bericht des Aufsichtsrats

1 Der Einzelabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE ist ab Einberufung der ordentlichen Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media SE abrufbar.

NACHHALTIGKEIT

BERICHTSSTANDARDS UND WESENTLICHE THEMEN

Das vorliegende Nachhaltigkeitskapitel fasst die wesentlichen Entwicklungen der ProSiebenSat.1 Group in den Bereichen Ökologie, Gesellschaft und Soziales zusammen. In Kombination mit den weiteren Inhalten des Geschäftsberichts 2021 bietet dieses eine umfassende Darstellung der Unternehmensleistung der ProSiebenSat.1 Group auf Basis finanzieller und nichtfinanzieller Informationen. Das Nachhaltigkeitskapitel umfasst den in Übereinstimmung mit den Standards der Global Reporting Initiative (GRI): Option „Kern" erstellten Nachhaltigkeitsbericht (NHB) der ProSiebenSat.1 Group. Der vollständige GRI-Inhaltsindex findet sich im Abschnitt „Informationen" des Online-Geschäftsberichts 2021. Darüber hinaus dient das Nachhaltigkeitskapitel als Fortschrittsbericht (Communication on Progress, COP), dessen jährliche Veröffentlichung für alle Unternehmen im UN Global Compact verpflichtend ist.

▼ Das Nachhaltigkeitskapitel enthält den gesonderten nichtfinanziellen Bericht (NFB) für die ProSiebenSat.1 Group gemäß § 315b Abs. 1 und 3 HGB. Die Inhalte des NFB sind durch ein rotes Dreieck am Anfang (▼) und am Ende (▲) der jeweiligen Textpassage gekennzeichnet. Wir orientieren uns bei der Erstellung des NFB an den GRI-Standards als internationales Rahmenwerk für die Nachhaltigkeitsberichterstattung. Im NFB für das Geschäftsjahr 2021 berichtet die ProSiebenSat.1 Group über die wesentlichen nichtfinanziellen Aspekte mit den entsprechenden Angaben, die für das Verständnis des Geschäftsverlaufs, des Geschäftsergebnisses und der Lage des Konzerns sowie der Auswirkungen der Geschäftstätigkeit in diesem Kontext erforderlich sind. Wesentliche Risiken für einzelne nichtfinanzielle Aspekte wurden in diesem Zusammenhang nicht ermittelt. Für die ProSiebenSat.1 Media SE entfällt für das Berichtsjahr 2021 die Verpflichtung, eine nichtfinanzielle Erklärung bzw. einen nichtfinanziellen Bericht gemäß § 289b Abs. 1 und 3 HGB abzugeben.

Gemäß § 317 Abs. 2 Satz 4 HGB wurde vom Abschlussprüfer geprüft, dass der NFB entsprechend der gesetzlichen Vorschriften vorgelegt wurde. Zusätzlich beauftragte der Aufsichtsrat die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft („Ernst & Young") den NFB inhaltlich mit hinreichender Sicherheit zu prüfen. Eine Wiedergabe des Prüfungsvermerks vom 1. März 2022, in welchem Art, Umfang und Ergebnisse dieser Prüfung dargestellt sind, findet sich im Geschäftsbericht 2021 im Abschnitt „Informationen". Die Prüfung erfolgte unter Anwendung des einschlägigen Prüfungsstandards „Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information (ISAE 3000 revised)" zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit (Reasonable Assurance) bezüglich der gemäß §§ 315b, 315c i. V. m. 289b bis 289e HGB gesetzlich geforderten Angaben sowie der Anforderungen der EU-Taxonomie-Verordnung.

Die berichteten Themen sind das Resultat der aktuellen Wesentlichkeitsanalyse. Aufbauend auf der erstmalig 2017 durchgeführten Wesentlichkeitsanalyse, die seitdem jährlich validiert wurde, haben wir im Berichtsjahr eine erneuerte und umfassende Analyse zur Bestimmung der für die ProSiebenSat.1 Group wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen durchgeführt. Diese hat wie bisher auch sowohl die gesetzlichen Anforderungen als auch den Wesentlichkeitsbegriff nach GRI berücksichtigt. Nach der Identifizierung möglicher Themen und der Entwicklung eines Themenkatalogs wurden in der Analysephase eine Recherche von Forschungs- und Studienergebnissen, eine Online-Umfrage unter den ProSiebenSat.1-Mitarbeiter:innen, Interviews mit internen Stakeholdern aus allen Segmenten sowie Vertreter:innen aus Mitarbeiter:innennetzwerken, ein Medienmonitoring, in das auch Wettbewerber:innen von ProSiebenSat.1 einbezogen wurden, sowie eine Analyse von relevanten ESG-Ratings durchgeführt. Im Anschluss erfolgte die Auswertung der Ergebnisse anhand unterschiedlicher Wesentlichkeitsperspektiven (Bedeutung für Stakeholder, Auswirkungen der

Unternehmenstätigkeit und Relevanz für Geschäftserfolg) in einem internen Reviewprozess durch Mitarbeiter:innen und Führungskräfte aus unterschiedlichen Fachbereichen. Zusätzlich zur jährlichen Validierung der Wesentlichkeitsanalyse planen wir die Analyse künftig alle zwei Jahre zu erneuern. ▲

▼ INHALTE DES NICHTFINANZIELLEN BERICHTS ▲

Aspekte und Angaben gemäß § 289c HGB	Berichtete Themen	Berichterstattung im Nachhaltigkeitskapitel
Umweltbelange	Energie, Emissionen	Klima & Umwelt
Arbeitnehmer:innenbelange	Talent Acquisition, Mitarbeiter:innenentwicklung und -bindung, Führungskräfteentwicklung, Diversität und Chancengleichheit	Mitarbeiter:innen, Diversität & Inklusion
Sozialbelange	Gesellschaftliche Verantwortung (Public Value), Datenschutz, Medienregulierung (Journalistische Unabhängigkeit und Sorgfaltspflicht, Programmgrundsätze, Jugendschutz)	Gesellschaft, Governance & Compliance
Achtung der Menschenrechte	Anti-Diskriminierung	Gesellschaft
Bekämpfung von Korruption und Bestechung	Anti-Korruption	Governance & Compliance
Sonstige Aspekte	Kartellrecht	Governance & Compliance

▼ Für die erforderlichen Erläuterungen zum Geschäftsmodell gemäß § 289c Abs. 1 HGB verweisen wir auf das Kapitel „Organisation und Konzernstruktur" im Lagebericht der ProSiebenSat.1 Group. Darüber hinaus sind sämtliche Verweise auf Inhalte außerhalb dieses NFB als weiterführende Informationen zu verstehen und nicht Bestandteil des vorliegenden NFB. ▲

Nach Definition der GRI gelten Themen als wesentlich, die die wichtigsten wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen der Organisation wiedergeben oder Beurteilungen und Entscheidungen der Stakeholder maßgeblich beeinflussen. Aufgrund dieses im Vergleich zum NFB unterschiedlichen Wesentlichkeitsbegriffs umfasst der NHB zusätzliche Themen. Ernst & Young hat den Nachhaltigkeitsbericht (NHB) einer Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit (Limited Assurance) nach ISAE 3000 (revised) unterzogen. Eine Wiedergabe des Prüfungsvermerks vom 1. März 2022, in dem Art, Umfang und Ergebnisse dieser Prüfung dargestellt sind, findet sich im Geschäftsbericht 2021 im Abschnitt „Informationen".

ZUSÄTZLICHE INHALTE DES NACHHALTIGKEITSBERICHTS

Berichtete Themen	Berichterstattung im Nachhaltigkeitskapitel
Gesundheit und Sicherheit	Mitarbeiter:innen
Barrierefreie Angebote	Diversität & Inklusion
Abfall	Klima & Umwelt
Informationssicherheit	Governance & Compliance

▼ **BERICHTSGRENZEN UND DATENERFASSUNG ▲**

Der organisatorische Berichtsrahmen für die im Nachhaltigkeitskapitel enthaltenen Angaben zu Konzepten und Kennzahlen für unsere Nachhaltigkeitsleistung umfasst grundsätzlich alle Konzernunternehmen und entspricht dem zum Ende des Geschäftsjahres 2021 gültigen Konsolidierungskreis der ProSiebenSat.1 Group, der zentral von der ProSiebenSat.1 Media SE gesteuert wird. Die Abgrenzung des Konsolidierungskreises folgt dem Kontrollprinzip des IFRS 10. Ausnahmen und Einschränkungen im Hinblick auf die Berichtsgrenzen der einzelnen Inhalte sowie die Datenerfassung von Kennzahlen erläutern wir im Folgenden oder werden bei den Angaben zu den einzelnen Themen entsprechend kenntlich gemacht. Sofern nicht anders gekennzeichnet, beziehen sich die Aussagen und Kennzahlen im Abschnitt „Mitarbeiter:innen" sowie zu Diversität und Chancengleichheit im Wesentlichen auf den HR-Managementansatz und alle Mitarbeiter:innen der ProSiebenSat.1 Group mit Ausnahme internationaler Beteiligungen der Red Arrow Studios. Letztere werden aufgrund der Besonderheiten ihres Geschäfts, in dem Mitarbeiter:innen häufig temporär und produktionsbezogen beschäftigt sind, nicht berücksichtigt. Die im Folgenden beschriebenen Themenbereiche in Bezug auf Arbeitnehmer:innenbelange werden konzernweit verfolgt, einzelne Maßnahmen werden aufgrund der Unterschiedlichkeit der Geschäftsmodelle jedoch nicht in allen Gesellschaften gleichermaßen umgesetzt. Die Informationen zu den Public-Value-Angeboten der ProSiebenSat.1 Group beziehen sich vor allem auf die Geschäftstätigkeiten des Konzerns im Segment Entertainment. Hintergrund ist unsere besondere Verantwortung im Mediensektor. Mit unseren TV-Sendern und Plattformen wollen wir einen relevanten Beitrag zur Meinungsbildung und Demokratieförderung leisten. Durch das Compliance-Management-System (CMS) deckt die ProSiebenSat.1 Group wesentliche für die nichtfinanzielle Berichterstattung relevante Rechtsgebiete wie Anti-Korruption und Datenschutz konzernweit ab. Die Konzepte zu den medienrechtlichen Bestimmungen beziehen sich aufgrund unterschiedlicher gesetzlicher Regelungen im Ausland und fehlender Anwendungsbereiche für viele Gesellschaften zum Beispiel im Produktionsgeschäft in erster Linie auf die Unternehmen des Entertainment-Segments in Deutschland.

NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

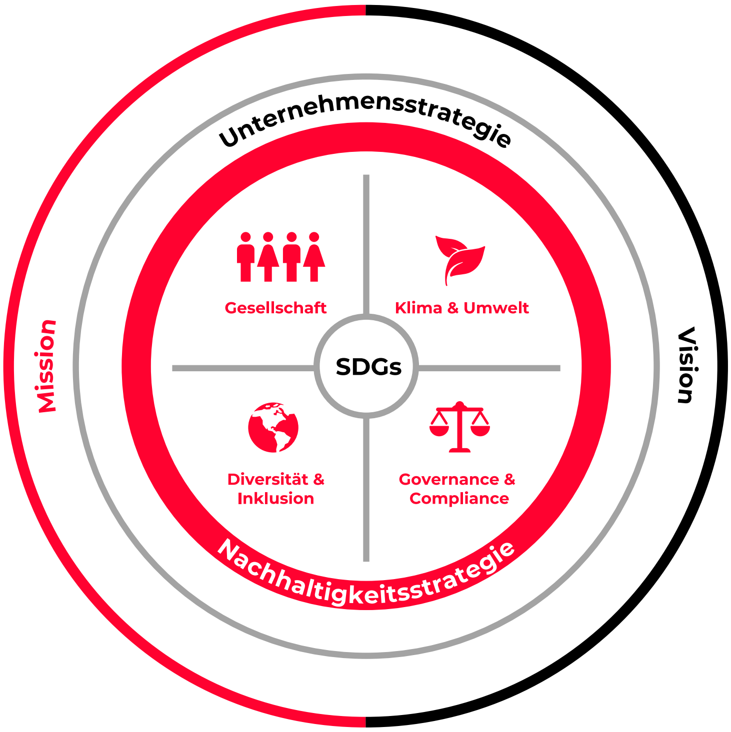
▼ Der Konzern definiert nachhaltiges unternehmerisches Handeln als einen integrierten Ansatz, um sowohl seine ökonomische als auch ökologische und soziale Leistung zu steigern. Wir sind uns unserer unternehmerischen und gesellschaftlichen Verantwortung bewusst und betrachten sie als ganzheitliche Herausforderung. Erfolg bedeutet für ProSiebenSat.1, nicht nur die wirtschaftlichen Ergebnisse der ProSiebenSat.1 Group langfristig zu steigern. Es heißt für uns auch, die Nachhaltigkeitsstrategie des Konzerns weiterzuentwickeln und an neue Herausforderungen anzupassen, die nichtfinanziellen Kennzahlen zu verbessern sowie die teilweise gegenläufigen Interessen unserer Zielgruppen in Einklang zu bringen, insbesondere jene von Mitarbeiter:innen, den Nutzer:innen unserer Angebote und Plattformen, Aktionär:innen und Investor:innen sowie Geschäftspartner:innen. Vorrangig verfolgt ProSiebenSat.1 den Dialog mit Stakeholdern, die die finanzielle und nichtfinanzielle Leistung des Unternehmens sowie die dafür gegebenen regulatorischen Rahmenbedingungen stark beeinflussen als auch von den Auswirkungen des Unternehmens signifikant betroffen sind.

Im Jahr 2018 hat ProSiebenSat.1 eine konzernweit gültige Nachhaltigkeitsstrategie entwickelt. Zielsetzung des Strategieprozesses war es, die Nachhaltigkeitsaspekte stärker mit der Unternehmensstrategie von ProSiebenSat.1 zu verknüpfen und die wirtschaftliche, ökologische und soziale Leistung des Konzerns ganzheitlich zu betrachten. Zudem wurden Nachhaltigkeitsziele

auch in die Vorstandsziele integriert. ▲

→ Vergütungsbericht

▼ NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE ▲



▼ Basis unserer Nachhaltigkeitsstrategie sind die UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs). Sie definieren globale Prioritäten und Ziele für nachhaltige Entwicklung bis 2030 und zielen darauf ab, globale Anstrengungen zu mobilisieren, um einen gemeinsamen Katalog von Zielen und Vorgaben zu erreichen. Zu dieser Transformation will auch die ProSiebenSat.1 Group beitragen. Folgende sechs Ziele haben wir im Zuge der Strategieentwicklung für unsere unternehmerischen Aktivitäten und ihren Beitrag zu den SDGs als besonders relevant eingestuft und auch 2021 noch einmal überprüft: Hochwertige Bildung (SDG 4), Geschlechtergleichheit (SDG 5), Weniger Ungleichheiten (SDG 10), Maßnahmen zum Klimaschutz (SDG 13), Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen (SDG 16) sowie Partnerschaften zur Erreichung der Ziele (SDG 17). Daraus abgeleitet haben wir unser Nachhaltigkeitsmanagement in vier Handlungsfelder überführt, in denen wir unsere Aktivitäten thematisch bündeln und jeweils individuelle Leitsätze setzen: Gesellschaft, Diversität & Inklusion, Klima & Umwelt sowie Governance & Compliance. Die konkreten Ziele der Nachhaltigkeitsstrategie und deren Umsetzung im Jahr 2021 beschreiben wir in den folgenden Abschnitten zu den jeweiligen berichteten Themen. ▲

▼ RELEVANTE UN-ZIELE FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG (SDGS) ▲



▼ HANDLUNGSFELDER UND LEITSÄTZE ▲

Gesellschaft	Diversität & Inklusion	Klima & Umwelt	Governance & Compliance
Wir bilden Meinungen und fördern Demokratie.	Wir treten für Gleichberechtigung und Chancengleichheit ein.	Wir setzen uns für ökologische Nachhaltigkeit und Klimaschutz ein.	Wir stehen für Offenheit und Ehrlichkeit.

ProSiebenSat.1 ist Unterzeichner des Global Compact der Vereinten Nationen (UN), der weltweit größten und wichtigsten Initiative für nachhaltige und verantwortungsvolle Unternehmensführung, und bekennt sich damit ausdrücklich zu dessen zehn Prinzipien in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umwelt und Klima sowie Korruptionsprävention.

ORGANISATION UND MANAGEMENT

▼ Die Verantwortung für nichtfinanzielle Aspekte, Indikatoren zur Nachhaltigkeitsleistung sowie ESG-Informationen (Environment, Social, Governance) der ProSiebenSat.1 Group liegt auf Vorstandsebene insbesondere im Vorstandsbereich Personal, Compliance und Nachhaltigkeit. Im Rahmen der Nachhaltigkeitsorganisation bildet das Sustainability Committee das zentrale und interdisziplinäre Gremium zur Steuerung, Überwachung und Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie. Es besteht aus Führungskräften und Fachexpert:innen aus relevanten Zentralfunktionen und operativen Konzernbereichen sowie einem Betriebsratsvertreter. Im vergangenen Jahr tagte das Sustainability Committee zwei Mal. Schwerpunkte der Sitzungen waren die Nachhaltigkeitsziele 2021, Updates zu den Fokusthemen in den definierten Handlungsfeldern, die im Berichtsjahr durchgeführte Wesentlichkeitsanalyse sowie neue Offenlegungspflichten wie die EU-Taxonomie-Verordnung. Das Corporate Sustainability Office ist für die Koordinierung, Implementierung und Kommunikation der Nachhaltigkeitsaktivitäten sowie den Stakeholderdialog zuständig. ▲

MITARBEITER:INNEN

▼ Grundlage der Personalstrategie der ProSiebenSat.1 Group und entsprechender Maßnahmen sind die übergeordneten Unternehmensziele. Die daraus abgeleiteten HR-Produkte und -Prozesse stellen unser wichtigstes Gut, unsere Mitarbeiter:innen, in den Fokus und sollen auf diese Weise die Transformation und Innovationskraft unseres Unternehmens fördern. Bei der Umsetzung ihrer globalen Personalstrategie folgt die ProSiebenSat.1 Group folgendem Ansatz: Der Konzern hat die Themen Talent Acquisition, Mitarbeiter:innenentwicklung- und bindung sowie Führungskräfteentwicklung als die wesentlichen Säulen seiner unternehmensweiten, strategischen Personalarbeit identifiziert. Die als wesentlich identifizierten Themen werden zentral gesteuert, um eine eine einheitliche und effiziente Vorgehensweise sicherzustellen. Gleichzeitig betrachtet der Konzern die Bandbreite seiner Geschäftsfelder sowie die daraus resultierende Diversität seiner Mitarbeiter:innen als besondere Stärke. Der Personalbereich arbeitet auf Konzernebene unter der Führung des Vorstands eng mit den Personalverantwortlichen der unterschiedlichen Geschäftsbereiche zusammen. Die konzeptionelle Personalarbeit wird in Abstimmung über die sogenannten Center of Excellences (COEs) – dazu zählen beispielsweise die Bereiche Talent & Management Development, Talent Acquisition, Compensation & Benefits oder Arbeitsrecht – zentral gesteuert. Neben der quartalsweisen Meldung von Personalrisiken im Rahmen des konzernweiten Risikomanagements spielt das interne HR-Reporting eine wichtige

Rolle. Auch das Diversity Management wird durch die zentrale HR-Organisation mitgestaltet. Ausführliche Informationen zum Diversity Management von ProSiebenSat.1 finden sich im Abschnitt „Diversität & Inklusion“.

→ Strategie und Ziele

Gleichzeitig fördert die ProSiebenSat.1 Group die individuelle Ausgestaltung einzelner Themen je nach Branche und kulturellem Hintergrund in den einzelnen Organisationseinheiten. Damit will die ProSiebenSat.1 Group die nötige Flexibilität der verschiedenen Tochterunternehmen sicherstellen, um in einem kompetitiven Marktumfeld schnell und adäquat auf die jeweiligen Herausforderungen eingehen zu können. ▲

Beschäftigtenzahlen

Zum 31. Dezember 2021 waren umgerechnet auf vollzeitäquivalente Stellen 7.906 Mitarbeiter:innen bei der ProSiebenSat.1 Group beschäftigt (Vorjahr: 7.307). Dieser Anstieg um 600 Beschäftigte bzw. 8 Prozent beruht insbesondere auf der deutlichen Erholung des Programmproduktionsgeschäfts von den COVID-19-Auswirkungen (+235 Mitarbeiter:innen) und dem Wachstum des Online-Beauty-Anbieters Flaconi (+213 Mitarbeiter:innen). Im Segment Entertainment stieg die Beschäftigtenzahl um 6 Prozent auf 4.671 Mitarbeiter:innen. Das Dating & Video-Segment verzeichnete einen Zuwachs von 4 Prozent auf 654 Mitarbeiter:innen. Insbesondere das Wachstum von Flaconi trug dazu bei, dass die Anzahl der Beschäftigten im Segment Commerce & Ventures 2021 um 17 Prozent auf 2.214 Mitarbeiter:innen stieg. In Deutschland, Österreich und der Schweiz hatte der Konzern zum 31. Dezember 2021 6.421 vollzeitäquivalente Mitarbeiter:innen (Vorjahr: 6.047). Dies entspricht einem Anteil von 81,2 Prozent (Vorjahr: 82,8 %) am Gesamtkonzern.

KONZERNMITARBEITER:INNEN NACH SEGMENTEN

Vollzeitäquivalente Mitarbeiter:innen (FTE) zum 31. Dezember

Segment	**2021**	2020
Entertainment	4.671	4.420
Dating & Video	654	632
Commerce & Ventures	2.214	1.891
Überleitung (Holding & Sonstiges)	367	363

KONZERNMITARBEITER:INNEN NACH REGIONEN

Vollzeitäquivalente Mitarbeiter:innen (FTE) zum 31. Dezember

Region	**2021**	2020
Deutschland	5.935	5.569
Österreich/Schweiz	486	478
USA	1.163	999
UK	76	88
Sonstige	247	173

Talent Acquisition

▼ Hoch qualifizierte und engagierte Talente sind eine wesentliche Voraussetzung für den Erfolg und die Zukunftsfähigkeit unseres Unternehmens. In einem sich dynamisch verändernden Umfeld trägt insbesondere die Innovationskraft unserer Mitarbeiter:innen zur Weiterentwicklung unserer Produkte und Angebote und damit zum wirtschaftlichen Erfolg des Konzerns bei. Für unser Recruiting setzen wir auf ein kompetenzbasiertes Modell, das mit den „P7S1-Kompetenzen“ „Reflect“, „Cooperate“, „Create“, „Deliver“, „Know How“ sowie „Lead & Empower” wesentliche Fähigkeiten unserer Mitarbeiter:innen definiert, die zum Erreichen unserer strategischen Unternehmensziele wichtig sind.

Zur Ansprache von Bewerber:innen setzen wir eine Auswahl sich ergänzender Employer-Branding-Maßnahmen ein. Als zentrales Element fungiert unsere Karriereseite, die wir 2021 hinsichtlich des Corporate Designs überarbeitet und an das im Berichtsjahr neu aufgesetzte Jobportal angebunden haben, um potenziellen Bewerber:innen zielgruppenübergreifend relevante Inhalte zur Verfügung zu stellen. Auf der Webseite veröffentlicht der Konzern nicht nur konkrete Stellenangebote, sondern gewährt gleichzeitig Einblicke in die Karrierewelt der ProSiebenSat.1 Group. Darüber hinaus informieren wir Talente auf dem ProSiebenSat.1-Karriere-Blog und unseren Social-Media-Kanälen mit Storys und teilen Impressionen aus dem Konzern.
→ karriere.prosiebensat1.com

Ein wesentlicher Faktor unserer Employer-Branding-Maßnahmen ist die gezielte Ansprache erfolgskritischer Zielgruppen, etwa Talente im Tech-Bereich. Mit dem „P7S1 Tech-Blog" illustrieren wir Tech-Expert:innen, an welchen innovativen, zukunftsgerichteten Themen wie Künstliche Intelligenz (KI) oder Addressable TV sie bei der ProSiebenSat.1 Group arbeiten können. Darüber hinaus haben wir über virtuelle Tech-Meetups eine zusätzliche Plattform geschaffen, über die wir ebenfalls mit Tech-Talenten in Kontakt treten können. Mit dem Ziel, qualifizierte IT-Talente anzusprechen, hat beispielsweise die Jochen Schweizer mydays Group im Berichtsjahr eine Recruiting-Kampagne implementiert, die unter anderem auf die Ausspielung zielgruppenspezifischer Motive in den sozialen Netzwerken Instagram, Xing und LinkedIn setzt. Mithilfe zielgruppenspezifischer Employer-Branding-Events sowie den regelmäßigen Austausch über Initiativen wie „PANDA – The Women Leadership Network" wollen wir die ProSiebenSat.1 Group in Deutschland zudem auch bei Frauen als attraktiven Arbeitgeber positionieren.

Neben Veranstaltungen nutzen wir Sourcing-Kanäle wie Social Media, Hochschulkooperationen sowie die Direktansprache von Talenten, um mit potenziellen Kandidat:innen in Kontakt zu treten. Diese Maßnahmen werden durch unser im Berichtsjahr neu aufgelegtes Mitarbeiter:innen-Empfehlungsprogramm „share&refer" ergänzt, bei dem Mitarbeiter:innen der ProSiebenSat.1 Group die Möglichkeit haben, geeignete Talente aus ihrem Netzwerk für unbesetzte Positionen zu empfehlen. Erfolgreiche Vermittlungen werden dabei mit einer Prämie honoriert. Auf Gruppenebene haben sich im Berichtsjahr durchschnittlich 36,3 Personen auf eine ausgeschriebene Professional-Stelle beworben. Diese Kennzahl wurde erstmalig für das Berichtsjahr 2021 erhoben. ▲

Die Frühfluktuationsquote wurde im Berichtsjahr erstmals erhoben und betrug 14,4 Prozent. Diese ist als Anteil der eingestellten Mitarbeiter:innen definiert, die das Unternehmen aufgrund von Kündigung oder Aufhebung des Arbeitsvertrages innerhalb von sechs Monaten nach Einstellung wieder verlassen. **GRI 401-1**

Mitarbeiter:innenentwicklung und -bindung

▼ Im Zuge unseres Transformationsprozesses und mit Blick auf das dynamische Marktumfeld ist es entscheidend, sowohl Fachwissen als auch übergreifende Kompetenzen unserer Mitarbeiter:innen zu stärken. Wir sind davon überzeugt, dass die kontinuierliche Fort- und Weiterbildung unserer Mitarbeiter:innen einen wesentlichen Erfolgsfaktor für die ProSiebenSat.1 Group darstellt. Zugleich ist es für unsere Attraktivität als Arbeitgeber und eine ausgeprägte Leistungskultur ausschlaggebend, qualifizierten und engagierten Mitarbeiter:innen Entwicklungsmöglichkeiten zu bieten und sie an den Konzern zu binden. Aus diesem Grund haben wir 2021 ein internes Jobportal aufgesetzt, das zum Ziel hat, die interne Mobilität von Mitarbeiter:innen zu stärken und Talenten Entwicklungsmöglichkeiten innerhalb der ProSiebenSat.1 Group aufzuzeigen.

Darüber hinaus bietet der Konzern ein umfangreiches Angebot zur fachlichen und persönlichen Weiterbildung. Im Berichtsjahr verzeichnete die ProSiebenSat.1 Group durchschnittlich 6,3 Weiterbildungsstunden pro Mitarbeiter:in und 9,5 Weiterbildungsstunden pro Führungskraft. Eine wesentliche Rolle bei der Fort- und Weiterbildung unserer Mitarbeiter:innen spielt unsere interne P7S1 Academy, die im Berichtsjahr ihr Schulungsangebot für Mitarbeiter:innen im deutschsprachigen Raum weiter digitalisiert und noch stärker auf die Anforderungen der virtuellen

Arbeitswelt ausgerichtet hat. Das Angebot orientiert sich eng an den strategischen Unternehmenszielen der Gruppe sowie dem Bedarf der einzelnen operativen Bereiche. Darüber hinaus können unsere Beschäftigten zahlreiche Weiterbildungsangebote auf der Plattform „LinkedIn Learning" nutzen. Überdies haben Mitarbeiter:innen die Möglichkeit, sich durch weitere Angebote wie Coachings zur Persönlichkeitsentwicklung oder Kompetenzerweiterung weiterzubilden.

Grundsätzlich ist es unser Ziel, unseren Mitarbeiter:innen ein attraktives Arbeitsumfeld zu bieten und sie langfristig an das Unternehmen zu binden. Die Fluktuationsrate im Konzern stieg im Berichtsjahr auf 16,5 Prozent (Vorjahr: 13,6 %). In Deutschland betrug sie 16,2 Prozent nach 13,2 Prozent im Vorjahr. Dies ist vor allem auf die Schließung eines Logistikzentrums im Rahmen eines Standortwechsels im Segment Commerce & Ventures zurückzuführen. Bei der Berechnung der Fluktuationsrate wird die Anzahl der Austritte aufgrund von Kündigungen und Aufhebungsverträgen im Berichtszeitraum durch die Anzahl der Mitarbeiter:innen zum Stichtag 31. Dezember dividiert. Austritte aufgrund von Befristungen, Ausbildungsende, Renteneintritt oder Tod werden dabei nicht berücksichtigt. **GRI 401-1**

Durch flexible Arbeitszeitmodelle, Remote Work sowie Teilzeitarbeit möchten wir zudem die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben stärken und eine ausgewogene Work-Life-Balance ermöglichen. Zum Jahresende 2021 belief sich der Anteil der Teilzeitmitarbeiter:innen auf 17,7 Prozent (Vorjahr: 18,9 %). In Deutschland betrug die Quote 18,3 Prozent nach 18,6 Prozent im Vorjahr.

Gleichzeitig bieten wir unserer Belegschaft zahlreiche Sozialleistungen, Sportprogramme sowie eine gesunde Verpflegung in den Campus-Kantinen. Familienorientierte Dienstleistungen sowie unsere betriebseigene Kindertagesstätte ergänzen das Angebot, das infolge der COVID-19-Pandemie auch 2021 nur eingeschränkt genutzt werden konnte. Darüber hinaus kooperiert die ProSiebenSat.1 Group mit einem externen Dienstleister, der Angebote von Kinderbetreuung, Coaching in schwierigen Lebenslagen sowie Unterstützung bei der Pflege von Angehörigen vermittelt.

Um unseren Mitarbeiter:innen auch künftig ein attraktives und zeitgemäßes Arbeitsumfeld zu bieten, beschäftigte sich die ProSiebenSat.1 Group im Berichtsjahr intensiv mit der Frage der Gestaltung einer mobilen Arbeitswelt. Dabei gab das Unternehmen Rahmenbedingungen vor, überließ die konkrete Ausgestaltung jedoch den einzelnen Unternehmensbereichen, die passend zu ihrem Geschäftsmodell unterschiedliche Lösungen erarbeiteten. ▲

Führungskräfteentwicklung

▼ Die Kompetenzen unserer Führungskräfte sind für den Erfolg der ProSiebenSat.1 Group von großer Bedeutung, um die Komplexität unseres Geschäfts und die Weiterentwicklung der Gruppe erfolgreich zu meistern. Durch unsere Maßnahmen und Angebote zur Führungskräfteentwicklung sowie unser Führungsleitbild, das sich aus den drei Kategorien „Lead Self", „Lead Team" und „Lead Business" zusammensetzt, wollen wir konzernweit ein einheitliches Führungsverständnis etablieren und die Performance und Entwicklung unserer Führungskräfte stärken. Aus diesem Grund bieten wir Entwicklungsmaßnahmen und Veranstaltungen wie die regelmäßig stattfindende „Leadership Hour" und die Onboarding-Veranstaltung „Leadership@P7S1" für alle Managementebenen an.

Die Rahmenbedingungen und Herausforderungen für Führungskräfte haben in den vergangenen Jahren zunehmend an Komplexität gewonnen. Insbesondere im Zuge der COVID-19-Pandemie und der Zunahme von Remote Work sind die Anforderungen an Führungskräfte nochmals gestiegen. Um unseren Führungskräften Unterstützung bei der Führung von Mitarbeiter:innen auf Distanz zur Verfügung zu stellen, haben wir 2021 die so genannte „Leadership Hour" initiiert. Hier vermitteln wir konkretes Wissen, geben Impulse und fördern Kompetenzen. Im Rahmen unseres Trainings „Mastering Leadership Conversations" stärken wir zudem die

Kommunikationskompetenzen unserer Führungskräfte und vermitteln beispielsweise Strategien für eine zielführende Kommunikation und überzeugende Gesprächsführung. Darüber hinaus entwickeln wir die Top-Führungskräfte der ProSiebenSat.1 Group im Rahmen des Programms „Leading in times of uncertainty" stetig weiter. Das Programm beinhaltet neben Impulsvorträgen und interaktiven Diskussionen auch individuelle Coaching-Sessions. Überdies wird insbesondere die Selbstreflektion durch eine standardisierte und valide Führungsanalyse gefördert.

Im Zuge der 2021 erfolgten Resegmentierung des Konzerns mit dezentraler Management-Verantwortung gewinnt außerdem die Vernetzung der Führungskräfte über alle Segmente hinweg zunehmend an Bedeutung. In unserer Leadership Community haben Führungskräfte die Gelegenheit, sich auszutauschen und Best Practices zu teilen. Überdies verfügen wir über ein internes Netzwerk für weibliche Führungskräfte aus der Holding sowie dem Entertainment-Bereich („LeadingWomen@P7S1"). ▲

ÜBERSICHT MITARBEITER:INNENKENNZAHLEN

▼ WEITERBILDUNGSSTUNDEN DER MITARBEITER:INNEN UND FÜHRUNGSKRÄFTE/GRI 404-1 ▲

Mitarbeiter:innen nach Köpfen (Headcount), durchschnittliche Stundenanzahl pro Mitarbeiter:in

	2021
Geschlecht	
Frauen	6,6
Männer	5,9
	6,3
Management	
Führungskräfte mit direkter Berichtslinie an Geschäftsführer:innen oder Vorstand	8,0
Weitere Führungskräfte	10,2
Mitarbeiter:innen ohne Führungsverantwortung	5,8
	6,3
Bereich	
Herstellung	5,9
Verwaltung	7,9
Vertrieb	5,0
	6,3

Ohne internationale Beteiligungen der Red Arrow Studios.
Aufgrund der Ausweitung der Berichtsgrenzen und der damit verbundenen rückwirkenden Erhebung der Daten war eine vollständige Erfassung der Trainingsstunden bei einzelnen Gesellschaften nicht möglich. Auch ein Vergleich mit den Vorjahreszahlen ist nicht möglich.

▼ MITARBEITER:INNEN IN VOLL- UND TEILZEIT NACH GESCHLECHT/GRI 102-8 ▲

Mitarbeiter:innen nach Köpfen (Headcount) zum 31. Dezember

	2021			2020		
	Teilzeit	Vollzeit	**Gesamt**	Teilzeit	Vollzeit	**Gesamt**
Frauen	928	2.681	3.609	924	2.600	3.524
Männer	380	3.394	3.774	426	3.209	3.635
	1.308	**6.075**	**7.383**	**1.350**	**5.809**	**7.159**

Ohne internationale Beteiligungen der Red Arrow Studios.

▼ FLUKTUATION NACH ALTER, GESCHLECHT UND REGION/GRI 401-1 ▲

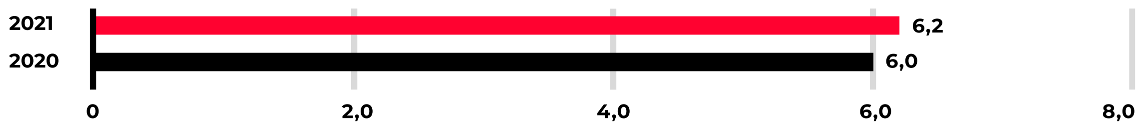
Mitarbeiter:innen nach Köpfen (Headcount) in Prozent

	Fluktuationsrate	
	2021	2020
Alter		
<30 Jahre	24,9	17,6
30–50 Jahre	15,3	13,0
>50 Jahre	7,9	8,8
	16,5	**13,6**
Geschlecht		
Frauen	16,5	13,0
Männer	16,5	14,2
	16,5	**13,6**
Region		
Deutschland	16,2	13,2
Österreich/Schweiz	11,7	9,0
USA	22,5	26,7
UK	87,1	32,6
Sonstige	17,7	11,9
	16,5	**13,6**

Ohne internationale Beteiligungen der Red Arrow Studios.

DURCHSCHNITTLICHE BETRIEBSZUGEHÖRIGKEIT

in Jahren zum 31. Dezember



Ohne internationale Beteiligungen der Red Arrow Studios.

MITARBEITER:INNEN NACH BESCHÄFTIGUNGSVERHÄLTNIS, GESCHLECHT UND REGION/GRI 102-8

Mitarbeiter:innen nach Köpfen (Headcount) zum 31. Dezember

	befristet		unbefristet	
	2021	2020	**2021**	2020
Geschlecht				
Frauen	657	624	2.952	2.839
Männer	465	403	3.309	3.292
	1.122	**1.027**	**6.261**	**6.131**
Region				
Deutschland	1.098	1.008	5.188	5.065
Österreich/Schweiz	18	15	531	531
USA	3	3	384	360
UK	2	—	29	43
Sonstige	1	1	129	133
	1.122	**1.027**	**6.261**	**6.132**

Ohne internationale Beteiligungen der Red Arrow Studios.

NEUEINSTELLUNGEN NACH ALTER, GESCHLECHT UND REGION / GRI 401-1
Mitarbeiter:innen nach Köpfen (Headcount)

	Eintritte		Eintrittsrate[1]	
	2021	2020	**2021**	2020
Alter				
<30 Jahre	724	715	45,9 %	43,6 %
30–50 Jahre	921	869	18,6 %	18,1 %
>50 Jahre	116	66	13,6 %	9,3 %
	1.761	**1.650**	**23,9 %**	**23,0 %**
Geschlecht				
Frauen	883	835	24,5 %	24,1 %
Männer	878	815	23,3 %	22,1 %
	1.761	**1.650**	**23,9 %**	**23,0 %**
Region				
Deutschland	1.496	1.493	23,8 %	24,6 %
Österreich/Schweiz	105	71	19,1 %	13,0 %
USA	115	33	29,7 %	9,1 %
UK	18	24	58,1 %	55,8 %
Sonstige	27	29	20,8 %	21,6 %
	1.761	**1.650**	**23,9 %**	**23,0 %**

Ohne internationale Beteiligungen der Red Arrow Studios.
1 Anteil der Eintritte an Mitarbeiter:innen nach Köpfen.

Gesundheit und Sicherheit

Die Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeiter:innen haben für die ProSiebenSat.1 Group sowohl in Zeiten der COVID-19-Pandemie als auch darüber hinaus hohe Priorität. Wie im Vorjahr arbeitete unser Krisenstab, die sogenannte „COVID-19-Taskforce", auch 2021 eng mit der Konzernsicherheit, dem Arbeitsschutz sowie dem Betriebsrat zur Umsetzung der SARS-CoV-2-Arbeitsschutzstandards zusammen. Vor dem Hintergrund der COVID-19-Krise arbeitete der Großteil unserer Mitarbeiter:innen auch 2021 mobil von zuhause aus. Bis Ende Juli 2021 waren ausschließlich Mitarbeiter:innen der kritischen Infrastruktur, die den Sendebetrieb sicherstellen, am Campus in Unterföhring vor Ort. Zwischen August und November konnten auch die übrigen Mitarbeiter:innen mit einer maximalen Flächenbelegung von 30 Prozent wieder vom ProSiebenSat.1-Campus aus arbeiten. Infolge der steigenden Infektionszahlen sowie der gesetzlichen Vorgaben zum mobilen Arbeiten haben jedoch alle Mitarbeiter:innen außerhalb der kritischen Infrastruktur am Standort Unterföhring im November wieder vollständig auf Remote Work umgestellt. Zum Veröffentlichungszeitpunkt des vorliegenden Berichts arbeitet die Mehrzahl der Mitarbeiter:innen mobil von zuhause.

Um eine bestmögliche Vereinbarkeit von beruflichen, privaten und familiären Bedürfnissen während der COVID-19-Pandemie zu fördern, haben wir die bestehenden Maßnahmen aus dem ersten Pandemiejahr auch 2021 weitergeführt: Neben der Flexibilisierung von Arbeitszeit und -ort galten am Standort Unterföhring im Berichtsjahr weitere Erleichterungen für Mitarbeiter:innen mit besonderen familiären Verpflichtungen. Diese umfassen die Möglichkeit der kurzfristigen Arbeitszeitreduzierung sowie die Umwandlung von Entgelt in zusätzlichen Urlaub. Darüber hinaus erhielten Beschäftigte mit Betreuungspflichten, die keinen Resturlaub und keine positiven Salden auf ihrem Arbeitszeitkonto hatten und denen keine andere Betreuungsmöglichkeit zur Verfügung stand, bis zu sechs Tage Sonderurlaub. Über diese in der Betriebsvereinbarung „Pandemie" definierten und noch bis 31. März 2022 geltenden Regelungen hinaus haben wir bei Bedarf auch individuelle Lösungen für Mitarbeiter:innen gefunden. Um das Engagement unserer Mitarbeiter:innen während der COVID-19-Pandemie zu würdigen, leistete ein Großteil der ProSiebenSat.1-Gesellschaften in Deutschland im Geschäftsjahr 2021 mindestens eine Corona-Sonderzahlung. Zudem haben wir als Beitrag zur Eindämmung der COVID-19-Pandemie und zum Schutz unserer Mitarbeiter:innen ab Juni 2021 in Zusammenarbeit mit unseren Betriebsärztinnen

COVID-19-Schutzimpfungen in Deutschland angeboten. Mitarbeiter:innen der kritischen Infrastrukturbereiche wurden dabei mit Priorität geimpft. Insgesamt wurden bis Mitte Januar 2022 rund 2.500 Impfungen im Rahmen der Aktion durchgeführt. Im Dezember 2021 hat der Konzern erneut deutschlandweit ein eigenes Impfprogramm für Erst- sowie Booster-Impfungen aufgelegt. Auch über die COVID-19-Pandemie hinaus genießt die Gesundheit unserer Mitarbeiter:innen hohe Priorität. Die Mehrheit der Mitarbeiter:innen des Konzerns arbeitet nicht in einem klassischen Produktionsumfeld. Daher sind sie nur in geringem Maße Gefährdungsrisiken im Zusammenhang mit ihrer Beschäftigung ausgesetzt. Wir sind uns jedoch anderer potenzieller Gesundheitsrisiken bewusst, die beispielsweise durch arbeitsbedingten Stress oder mangelnde Bewegung entstehen können. Aus diesem Grund haben wir 2021 ein interdisziplinäres Projektteam mit dem Ziel gegründet, ein strukturiertes, nachhaltiges betriebliches Gesundheitsmanagement bei der ProSiebenSat.1 Group zu etablieren. Dieses besteht aus den drei Säulen Arbeitsschutz, betriebliches Eingliederungsmanagement (BEM) sowie betriebliche Gesundheitsförderung.

Unter der Initiative „P7S1 cares for you" bündelt die ProSiebenSat.1 Group eine Reihe von Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben sowie zum Gesundheitsschutz unserer Mitarbeiter:innen am Standort Unterföhring. Dazu zählen neben einem Programm zum betrieblichen Eingliederungsmanagement, flexible Arbeitszeiten oder Sabbaticals aber auch präventive Angebote zur physischen und mentalen Gesundheit. Im Geschäftsjahr 2021 hat der Konzern die „P7S1 Mental Health Days" eingeführt. Da insbesondere durch Remote Work die Eigenverantwortung im Umgang mit persönlichen Ressourcen gestiegen ist, hat das Unternehmen ein präventives Angebot mit Vorträgen, Anleitungen und Trainings zu Themen wie Resilienz, Entspannung oder Umgang mit Stress geschaffen. Zusätzlich bietet die ParshipMeet Group in Zusammenarbeit mit einem externen Kooperationspartner ihren Mitarbeiter:innen regelmäßig Impulsvorträge rund um psychische und emotionale Gesundheit an. **GRI 403-3**

GESELLSCHAFT

Gesellschaftliche Verantwortung (Public Value)

▼ Mit unseren TV-, Digital- und Commerce-Angeboten sprechen wir über alle Plattformen hinweg jeden Tag Millionen Zuschauer:innen, Nutzer:innen und Kund:innen an. Mit 15 Free- und Pay-TV-Sendern in Deutschland, Österreich und der Schweiz adressiert ProSiebenSat.1 unterschiedliche Zielgruppen und erreicht im Kernmarkt Deutschland monatlich über 60 Mio Menschen. Hinzu kommen knapp 11 Mio Unique User über unsere eigenen Online-Kanäle. Der Zuschauermarktanteil der ProSiebenSat.1-Sender betrug im Berichtsjahr 25,5 Prozent (Vorjahr: 27,2 %) bei den 14- bis 49-Jährigen. 2021 erzielte die Digital Media & Entertainment-Company Studio71 mit ihren Web-Channels außerdem allein auf YouTube 10,7 Mrd Video Views im Monat (Vorjahr: 10,5 Mrd[2]). Für eine ausführliche Beschreibung der Entwicklung relevanter Marktumfelder der ProSiebenSat.1 Group mit entsprechenden Reichweitenkennzahlen und Quellenangaben verweisen wir auf die Kapitel „Organisation und Konzernstruktur" sowie „Rahmenbedingungen des Konzerns" im Konzernlagebericht.

Der hohen Aufmerksamkeit für unsere Produkte sind wir uns bewusst und verfolgen daher das Ziel, die große Reichweite unserer TV-Sender und Plattformen aktiv und verantwortungsvoll zu nutzen. Mit dieser Haltung rückt ProSiebenSat.1 in seinen Programmen in Unterhaltungssendungen mit eigenen Formaten, Themenfilmen und Kampagnen auch gesellschaftlich relevante Aspekte in das Bewusstsein der Öffentlichkeit und generiert damit Public Value. Unter Public Value versteht man allgemein den Wertbeitrag und Nutzen, den eine Organisation für eine Gesellschaft erbringt. Bereits in den Programmgrundsätzen des Medienstaatsvertrags (MStV) ist für den privaten Rundfunk festgeschrieben, dass dieser inhaltlich die Vielfalt der Meinungen zum Ausdruck bringen und wichtige politische, weltanschauliche und gesellschaftliche Akteure in angemessener Art und Weise zu Wort kommen lassen soll. Die Landesmedienanstalten haben zudem im Herbst 2021 eine

2 Der Vorjahreswert ist bereinigt um monatlich 376 Mio Views für deutsche TV-Inhalte, die seit 2021 im Bereich der Seven.One Entertainment Group liegen, sowie exklusive Italien.

Public-Value-Satzung verabschiedet, nach der Medienangeboten eine bevorrechtigte Auffindbarkeit gewährt wird, wenn sie für die öffentliche Meinungsbildung besonders relevant sind.

ProSiebenSat.1 hat Meinungsbildung und Demokratieförderung in die Leitsätze seines Nachhaltigkeitsengagements im Handlungsfeld der gesellschaftlichen Verantwortung integriert. Als auch im Mediensektor tätiger Digitalkonzern wollen wir unsere Nachhaltigkeitsziele programmlich über unsere TV-Sender und im Influencer Marketing der Digital Media & Entertainment-Company Studio71 noch besser verknüpfen. Damit wollen wir verstärkt medial und inhaltlich gesellschaftspolitisch relevante Themen setzen und bei der jungen Zielgruppe adressieren. Insbesondere das Corporate Sustainability Office setzt sich innerhalb des Konzerns durch die Kommunikation der Nachhaltigkeitsstrategie und den regelmäßigen Austausch mit den Sender- und Programmverantwortlichen für den Ausbau ein.

Anlässlich der Bundestagswahl im September 2021 strahlte die Sendergruppe acht neue, eigens für die Bundestagswahl kreierte Formate aus, darunter „Das TV-Triell", „Kannste Kanzerlamt?!" sowie „Die ProSieben Bundestagswahl-Show". Die Programmoffensive wurde durch eine Marketing- und Digitalkampagne (#MachdenUnterschied) begleitet. Weitere Public-Value-Highlights im Berichtsjahr waren unter anderem Formate wie „SAT.1 Spendengala", „SAT.1 Waldrekord-Woche", „akte. Spezial – Hass im Netz", die Joko & Klaas Live-Ausgabe zum Pflegenotstand in Deutschland sowie neue Formate wie „Die Herzblut-Aufgabe" und das wöchentliche Live-Journal „Zervakis und Opdenhövel. Live.". Zudem baut ProSiebenSat.1 eine eigene Nachrichtenredaktion auf, die von 2023 an den Konzern versorgen soll. Dazu zählt auch ein Hauptstadt-Studio in direkter Nähe zur Bundespolitik am Potsdamer Platz in Berlin.

Für weitergehende Erläuterungen zu journalistischen Sorgfaltspflichten sowie der Unabhängigkeit der redaktionellen Arbeit verweisen wir auf den Abschnitt „Governance & Compliance".

Seit 2011 stellt der Konzern seine Aktivitäten im Bereich der gesellschaftlichen Verantwortung in einen größeren gesellschaftlichen Kontext und hat durch die Gründung eines Beirats die Relevanz für den Konzern unterstrichen. Das interdisziplinär besetzte Gremium unter dem Vorsitz des ehemaligen Bayerischen Ministerpräsidenten Dr. Edmund Stoiber berät die ProSiebenSat.1 Group in gesellschaftlichen, ethischen und medienpolitischen Fragen und gibt Anstöße zu wichtigen Themen wie Bildung und Kultur. Im Jahr 2021 traf sich der Beirat zu drei Sitzungen, wobei regelmäßig ein Update zur Nachhaltigkeitsstrategie der ProSiebenSat.1 Group gegeben wurde. ▲

Ausführliche Informationen zu den Programm-Highlights mit gesellschaftspolitischer Relevanz sowie weitere Beispiele, wie die ProSiebenSat.1 Group ihre gesellschaftliche Verantwortung wahrnimmt, finden sich im Online-Geschäftsbericht 2021 in den Kapiteln „Relevant" und „Unser Rückblick".

Anti-Diskriminierung

▼ Diskriminierung bezeichnet die Benachteiligung von Personen oder Personengruppen aufgrund bestimmter Eigenschaften. Das Verbot der Diskriminierung ist als Menschenrecht definiert und bildet die Grundlage für ein respektvolles Miteinander. Wir sind der Überzeugung, dass insbesondere in Unternehmen die Gewährleistung einer Gleichbehandlung aller Mitarbeiter:innen von wesentlicher Bedeutung ist. Die ProSiebenSat.1 Group toleriert daher keine Diskriminierung aufgrund von Alter, Behinderung, ethnischer Herkunft und Nationalität, Geschlecht und geschlechtlicher Identität, Religion und Weltanschauung sowie sexueller Orientierung und Identität. Wir schulen die Belegschaft deutschlandweit mit einem verpflichtenden Training zum Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz (AGG). Mit unserem Verhaltenskodex positionieren wir uns unter anderem auch klar gegen jegliche Art von sexueller Gewalt oder Machtmissbrauch.

Alle Mitarbeiter:innen sind angehalten, Diskriminierungen oder Verstöße gegen andere im Verhaltenskodex festgehaltene Grundsätze zu melden. Ein zentrales Instrument ist dabei das Hinweisgebersystem, über das Regel- und Gesetzesverstöße gemeldet werden können. Neben

internen Meldekanälen besteht zusätzlich die Möglichkeit, Hinweise auf Verstöße anonym über eine externe Ombudsstelle abzugeben. Sie nimmt Hinweise telefonisch oder per E-Mail entgegen, prüft diese auf ihre Plausibilität und leitet sie anschließend an den Bereich Group Compliance weiter. Darüber hinaus beteiligen wir uns über den Verband Privater Medien VAUNET an der Themis-Vertrauensstelle gegen sexuelle Belästigung und Gewalt, die Betroffene in Betrieben der Film, Fernseh- oder Theaterbranche berät. 2021 gab es wie im Vorjahr einen Vorfall aufgrund von Verstößen im Zusammenhang mit Diskriminierungen, der im Berichtsjahr abgeschlossen wurde. ▲ **GRI 406-1**

DIVERSITÄT & INKLUSION

Diversität und Chancengleichheit

▼ Diversität bedeutet für uns die Anerkennung und Wertschätzung von Unterschiedlichkeit und Individualität. Unser Ziel ist es, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, das frei von Vorurteilen ist und allen Mitarbeiter:innen dieselbe hohe Wertschätzung entgegenbringt – unabhängig von Alter, Behinderung, ethnischer Herkunft und Nationalität, Geschlecht und geschlechtlicher Identität, Religion und Weltanschauung sowie sexueller Orientierung und Identität. Wir betrachten die Unterschiedlichkeit und Vielfalt unserer Mitarbeiter:innen als wesentliche Voraussetzung für den Erfolg unseres Unternehmens. Vor diesem Hintergrund hat die ProSiebenSat.1 Group im Jahr 2014 die Charta der Vielfalt unterzeichnet und folgt den darin vorgegebenen Leitlinien. Auch unsere internen Richtlinien geben vor, dass Mitarbeiter:innen auf allen Hierarchieebenen ausschließlich nach objektiven Kriterien eingestellt und allein aufgrund ihrer Kompetenzen gefördert werden sollen. Wir verfolgen das Ziel, die Vielfalt unserer Belegschaft zu fördern und uns entsprechend des Leitsatzes für das Handlungsfeld Diversität für Gleichberechtigung und Chancengleichheit einzusetzen. Insbesondere der Personalbereich und das Corporate Sustainability Office sind für die Weiterentwicklung des Diversity Management, die gezielte Ausrichtung sowie die operative Umsetzung damit verbundener Maßnahmen verantwortlich.

Dazu zählt auch die Weiterentwicklung unserer Inklusionsbemühungen. 2021 haben Konzernleitung und Betriebsrat eine Inklusionsvereinbarung mit der Schwerbehindertenvertretung abgeschlossen, 2022 soll ferner ein:e Inklusionsbeauftragte:r ernannt werden. Darüber hinaus kooperiert die ProSiebenSat.1 Group seit Anfang des Berichtsjahres mit dem myAbility-Talent-Programm, das Studierende und Akademiker:innen mit Behinderung und chronischen Erkrankungen im deutschsprachigen Raum durch Karriere-Coachings sowie Networking- und Job-Shadowing-Möglichkeiten fördert. In einer durch myAbility und der Abteilung Labour Law abgehaltenen Schulung sensibilisierte der Konzern 2021 zudem für die Einstellung von und den inklusiven Umgang mit Menschen mit Schwerbehinderung, verschiedene Arten von Behinderung als auch inklusive Sprache.

Zur Diversität trägt darüber hinaus ein möglichst ausgewogenes Verhältnis von Frauen und Männern in der Belegschaft und in Führungspositionen bei. Zum 31. Dezember 2021 waren 48,9 Prozent (Vorjahr: 48,4 %) der Mitarbeiter:innen im Konzern weiblich. In Führungspositionen war eine leichte Reduzierung der Frauenquote von 35,2 Prozent auf 35,0 Prozent zu verzeichnen. Bei der Besetzung von Führungsfunktionen in der Gruppe soll bei Frauen und Männern ausschließlich deren fachliche und persönliche Eignung ausschlaggebend sein. Deshalb haben wir „Geschlechtergleichheit" als ein für uns besonders relevantes UN-Ziel für nachhaltige Entwicklung (SDG 5) in die Nachhaltigkeitsstrategie der ProSiebenSat.1 Group integriert. Die Kommunikation dieses Ziels nach innen und nach außen setzt bei Auswahlprozessen sowohl ein klares Signal an potenzielle Führungskräfte als auch an die Entscheider:innen auf allen Führungsebenen. ▲ **GRI 405-1**

▼ ANTEIL DER FRAUEN UND MÄNNER ▲

Mitarbeiter:innen nach Köpfen (Headcount) zum 31. Dezember, in Prozent

	Mitarbeiter:innen		Führungskräfte	
	2021	2020	**2021**	2020
Konzern				
Frauen	48,9	48,4	35,0	35,2
Männer	51,1	51,6	65,0	64,8
	100,0	**100,0**	**100,0**	**100,0**
Deutschland				
Frauen	49,5	48,8	34,2	34,7
Männer	50,5	51,1	65,8	65,3
	100,0	**100,0**	**100,0**	**100,0**
ProSiebenSat.1 Media SE				
Frauen	61,3	59,8	34,4	31,9
Männer	38,7	40,2	65,6	68,1
	100,0	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Ohne internationale Beteiligungen der Red Arrow Studios.

Zum 31. Dezember 2021 betrug das Durchschnittsalter der Mitarbeiter:innen in der ProSiebenSat.1 Group 37,4 Jahre (Vorjahr: 36,9 Jahre). Der Anteil der Mitarbeiter:innen mit ausländischer Nationalität belief sich auf 14,9 Prozent.

▼ Ein aufgeschlossenes Betriebsklima in Bezug auf sexuelle Orientierung und geschlechtliche Identität ist für uns ein entscheidendes Kriterium, um als moderner Arbeitgeber wahrgenommen zu werden. Deshalb unterstützen wir ausdrücklich Initiativen, die darauf ausgerichtet sind, Vielfalt und Inklusion zu fördern, zum Beispiel das von Mitarbeiter:innen gegründete LGBT+-Netzwerk (Lesbian, Gay, Bisexual and Transgender) PROUD@ProSiebenSat.1, das sich zum Ziel gesetzt hat, Diversität im Konzern weiter sichtbar zu machen. Es ist unser Ziel, ein inklusives Arbeitsumfeld zu schaffen, in dem allen Personen die gleiche Wertschätzung entgegengebracht wird. Dazu gehört für uns auch eine gleichberechtigte Sprache. Aus diesem Grund haben wir 2021 eine Empfehlung an unsere Mitarbeiter:innen hinsichtlich gendersensibler Sprache ausgesprochen.

Bereits seit 2019 absolvieren unsere Volontär:innen im Rahmen ihres theoretischen Schulungsblocks ein Training der MaLisa-Stiftung zu audiovisueller Diversität. Im Berichtsjahr wurde zum ersten Mal die „Diversity Awareness Week“ für alle Mitarbeiter:innen, die sich in einem Ausbildungsverhältnis befinden, angeboten, um unsere Nachwuchskräfte für Diversität in ihren verschiedenen Dimensionen wie Geschlecht und geschlechtliche Identität, Behinderung, sexuelle Orientierung, ethische Herkunft und Nationalität zu sensibilisieren. Dabei gab es Impulse und Sensibilisierung zu Themen wie Gendersensibler Sprache, der Studie Audiovisuelle Diversität der MaLisa Stiftung, Rassismus am Arbeitsplatz oder die Darstellung von Menschen mit Behinderung in den Medien. In diesem Zusammenhang finanzierte ProSiebenSat.1 mit weiteren Partner:innen auch die gemeinsame Folgestudie der MaLisa-Stiftung und der Universität Rostock zur Geschlechterdarstellung in Film und Fernsehen in Deutschland.

Die ProSiebenSat.1 Group will mithilfe ihrer TV-Sender und digitalen Angebote ein Zeichen für Vielfalt setzen. So nutzte ProSieben 2021 beispielsweise die Reichweite der Gruppe und setzte sich mit dem Programm am Weltfrauentag, dem Internationalen Tag gegen Rassismus, dem PRIDE-Day oder dem Weltkindertag für eine diverse Gesellschaft ein. Auf Initiative der Bremischen Landesanstalten haben sich 2021 zudem die Medienhäuser ARD, ZDF, Deutsche Welle, Deutschlandradio, RTL Deutschland und ProSiebenSat.1 Media SE das neue Bündnis „Medien für Vielfalt“ gegründet. Das Bündnis steht für ein klares Bekenntnis zur Vielfalt in der Medienbranche. ▲

ÜBERSICHT DIVERSITÄTSKENNZAHLEN

▼ DIVERSITÄT UNTER ANGESTELLTEN / GRI 405-1 ▲

Zum 31. Dezember 2021 (Headcount), in Prozent

		2021
Führungskräfte mit direkter Berichtslinie an Geschäftsführer:innen oder Vorstand	Frauen	32
	Männer	68
Weitere Führungskräfte	Frauen	36
	Männer	64
Mitarbeiter:innen ohne Führungsverantwortung	Frauen	51
	Männer	49
Führungskräfte mit direkter Berichtslinie an Geschäftsführer:innen oder Vorstand	<30 Jahre	2
	30–50 Jahre	82
	>50 Jahre	16
Weitere Führungskräfte	<30 Jahre	5
	30–50 Jahre	81
	>50 Jahre	14
Mitarbeiter:innen ohne Führungsverantwortung	<30 Jahre	24
	30–50 Jahre	65
	>50 Jahre	11
Herstellung	Frauen	44
	Männer	56
Verwaltung	Frauen	50
	Männer	50
Vertrieb	Frauen	54
	Männer	46
Herstellung	<30 Jahre	19
	30–50 Jahre	67
	>50 Jahre	15
Verwaltung	<30 Jahre	23
	30–50 Jahre	68
	>50 Jahre	9
Vertrieb	<30 Jahre	23
	30–50 Jahre	66
	>50 Jahre	11

Ohne internationale Beteiligungen der Red Arrow Studios.
Aufgrund der Ausweitung der Berichtsgrenzen ist ein Vergleich mit den Vorjahreszahlen nicht möglich.

▼ DIVERSITÄT IN ORGANEN DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE / GRI 405-1 ▲

Zum 31. Dezember (Headcount), in Prozent

	Vorstand		Aufsichtsrat	
	2021	2020	**2021**	2020
Geschlecht				
Frauen	33	33	37	33
Männer	67	67	63	67
	100	**100**	**100**	**100**
Alter				
<30 Jahre	—	—	—	—
30–50 Jahre	—	—	25	33
>50 Jahre	100	100	75	67
	100	**100**	**100**	**100**

Barrierefreie Angebote

Die ProSiebenSat.1 Group setzt sich für einen barrierefreien Zugang zu ihren Angeboten ein. Daher bieten wir unter anderem auf unseren Sendern untertitelte Programmflächen sowie Audiodeskriptionen für gehörlose und schwerhörige Menschen an, um die Informationsverbreitung zu verbessern. ProSieben startete bereits im Jahr 2000 das erste regelmäßige Untertitelangebot für Gehörlose im Privatfernsehen. In fast allen Free-TV-Sendern der Gruppe werden barrierefreie Inhalte ausgestrahlt, wobei ein kontinuierlicher Ausbau zu verzeichnen ist. 2021 wurde das Angebot an Untertitelung erweitert und viele Formate zusätzlich mit Audiodeskription angeboten (zum Beispiel „Joko & Klaas gegen ProSieben" oder „ProSieben Spezial LIVE: Joe Biden wird US-Präsident"). Zudem kam beispielsweise bei „ProSieben Spezial. Das Kanzler-Kandidat:in-Interview", „Zervakis und Opdenhövel. Live." sowie beim Triell im Rahmen des Bundestagswahlkampfes erstmals Gebärdensprache zum Einsatz. Wir streben für die Zukunft eine Erweiterung der barrierefreien Angebote an.

Überdies wird durch den Medienstaatsvertrag von Veranstaltern bundesweit verbreiteter Rundfunkprogramme sowie von Video-on-Demand-Anbietern der Ausbau barrierefreier Angebote im Rahmen der technischen und finanziellen Möglichkeiten gefordert. Voraussichtlich ab 2022 verlangt der Medienstaatsvertrag zusätzlich die Erstellung konkreter Aktionspläne der Veranstalter über den Ausbau. Einzelne Bundesländer und die Bundesregierung haben Aktionspläne zur Umsetzung der UN-Behindertenrechtskonvention veröffentlicht, die unter anderem eine stärkere Einbeziehung barrierefreier Formate im Fernsehen zum Ziel haben. Die Landesmedienanstalten überwachen diesen Ausbau regelmäßig. Aktuell sind auf fünf deutschen ProSiebenSat.1-Sendern Untertitel im Programm: SAT.1, ProSieben, Kabel Eins, sixx und ProSieben MAXX. Auch im aktuellen Erhebungszeitraum, der dem Monitoring der Landesmedienanstalten zu Grunde liegt, konnte die Anzahl der untertitelten Sendungen der Gruppe sowie die Sendezeit erneut deutlich gesteigert werden. Die Anzahl untertitelter Sendungen innerhalb der Sendergruppe erhöhte sich um rund 23 Prozent (September bis Dezember 2021: 5.485 Sendungen; Vorjahr: 4.452). Die entsprechende Sendezeit stieg um rund 18 Prozent.

KLIMA & UMWELT

▼ Auch wenn die ProSiebenSat.1 Group als Digitalkonzern nicht in einem Industriesektor mit großem Ressourceneinsatz und hoher Energieintensität agiert, sind wir uns unserer ökologischen Verantwortung bewusst. Gemeinsam mit unseren Mitarbeiter:innen und im Dialog mit unseren externen Stakeholdern möchten wir einen Beitrag zur Abschwächung des Klimawandels und zur Bewahrung unserer Umwelt leisten, beispielsweise durch einen schonenden und effizienten Umgang mit natürlichen Ressourcen oder der Reduzierung unseres Energieverbrauchs und CO_2-Ausstoßes. 2020 haben wir angekündigt, die betrieblichen CO_2-Emissionen der ProSiebenSat.1 Group bis 2030 auf null reduzieren zu wollen und damit klimaneutral zu werden. Dieses Ziel wollen wir vorrangig durch einen geringeren Energieverbrauch sowie den Strombezug aus erneuerbaren Energien erreichen. Wir haben zudem CO_2-Einsparpotenziale in Bereichen wie „Green Productions" und Mitarbeiter:innenmobilität identifiziert. Überdies planen wir einen Teil der Emissionen für das Jahr 2021 nach Veröffentlichung des CO_2-Fußabdrucks 2021 durch den Kauf von Zertifikaten aus hochwertigen Klimaschutzprojekten zu kompensieren.

Am Standort Unterföhring nutzen wir für die elektrische Energieversorgung unserer Bürogebäude, Produktionsstudios und Rechenzentren ausschließlich Ökostrom. Bei der Wärmeerzeugung für die Gebäude am Hauptstandort hat ProSiebenSat.1 die umweltfreundliche Versorgung in den letzten Jahren sukzessive ausgebaut und vollständig auf Geothermie umgestellt. Wir nutzen zudem die Abwärme der eigenen Rechenzentren zur Heizung unserer Bürogebäude. Die nahezu komplette Umrüstung auf LED-Beleuchtung trägt ebenfalls zur Erhöhung der Energieeffizienz bei. Für das neue, im Bau befindliche Campus-Gelände in Unterföhring ist eine Nachhaltigkeitszertifizierung nach dem LEED-Modell (Leadership in Energy and Environmental Design) geplant.

Mit der Initiative „Sauber gedreht!“ hat die Seven.One Entertainment Group GmbH bereits im Jahr 2019 einen umfassenden Kriterienkatalog auf den Weg gebracht, um Produktionen nachhaltiger zu gestalten. Insgesamt wurden 14 Maßnahmen und Ziele für ökologisch nachhaltige Fernseh- und Filmproduktionen formuliert. Die Nachhaltigkeitsinitiative gibt Produktionsunternehmen konkrete Handlungsempfehlungen an die Hand, um CO_2-Emissionen zu reduzieren und Ressourcen zu schonen. Die wachsende Bedeutung grüner Produktionen unterstreicht die „Gemeinsame Branchenerklärung für Nachhaltigkeit in der Film- und Serienproduktion“, zu deren Unterzeichnern im Februar 2020 auch ProSiebenSat.1 gehörte. In der alljährlichen Aktionswoche „Green Seven“ nutzt ProSieben seine Reichweite, um insbesondere junge Zuschauer:innen für Nachhaltigkeit im ökologischen Bereich zu sensibilisieren. Im November 2021 fand die „Green Seven Week“ bereits zum 13. Mal statt.

Die operative Verantwortung für die Erfassung und Konsolidierung von Aktivitätsdaten im ökologischen Bereich liegt für den Hauptstandort bei der Abteilung Corporate Procurement & Real Estate sowie bei den ProSiebenSat.1-Beteiligungen bei der jeweiligen Geschäftsführung. Für die CO_2-Bilanzierung, die 2021 auch ein halbjährliches internes Reporting umfasste, die Ermittlung weiterer berichteter Umweltkennzahlen sowie deren Veröffentlichung und Kommunikation sind die Zentralfunktion Corporate Communications sowie das Corporate Sustainability Office zuständig, das auch organisatorisch für die Steuerung der Klima- und Umweltschutzmaßnahmen zur Erreichung der klimabezogenen Unternehmensziele verantwortlich ist. ▲

Energie

▼ Der Energieverbrauch von ProSiebenSat.1 setzt sich im Wesentlichen aus dem Bezug von Strom und Wärme zusammen. Der Gesamtenergieverbrauch (inkl. Strom) innerhalb des Konzerns ging im Berichtsjahr auf 33,43 GWh (Vorjahr: 36,67 GWh) zurück, begründet durch einen im Vergleich zu 2020 niedrigeren Stromverbrauch und die weiterhin stark eingeschränkte Mitarbeiter:innenmobilität in Folge der COVID-19-Pandemie. Die wesentlichen Energieverbräuche außerhalb des Konzerns werden indirekt durch die Scope-3-Emissionen in der CO_2-Bilanz dargestellt. Im Jahr 2021 betrug der Gesamtverbrauch an elektrischem Strom 14,73 GWh (Vorjahr: 17,94 GWh). Bei der Wärmeerzeugung wurde unter anderem am Standort Unterföhring umweltfreundliche Geothermie anstelle von Heizöl oder Erdgas verwendet. Insgesamt verringerte sich der Heiz- und Kühlenergieverbrauch von ProSiebenSat.1 leicht auf 12,49 GWh (Vorjahr: 12,60 GWh). Der Energieverbrauch des Fuhrparks lag 2021 bei 6,13 GWh (Vorjahr: 5,99 GWh). ▲ **GRI 302-1, GRI 302-2**

▼ INTENSITÄT DES ENERGIEVERBRAUCHS / GRI 302-3 ▲

	2021	2020	2019
Energieverbrauch in GWh	33,43	36,67	40,72
Umsatz in Mio Euro	4.494	4.047	4.135
Durchschnittliche FTE	7.956	7.128	7.265
Energieverbrauch/Umsatz in MWh/Mio Euro	**7,44**	**9,06**	**9,85**
Energieverbrauch/durchschnittliche FTE in MWh/durchschnittliche FTE	**4,20**	**5,14**	**5,60**

Emissionen

▼ In unserer Klimabilanz sind direkte Treibhausgasemissionen (Scope 1), indirekte Treibhausgasemissionen (Scope 2) sowie Treibhausgasemissionen aus vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsstufen (Scope 3) enthalten. Die direkten Emissionen der ProSiebenSat.1 Group resultierten 2021 wie im Vorjahr nahezu ausschließlich aus dem Ausstoß des Fuhrparks. Die entsprechenden Emissionen bewegten sich mit 1.596 Tonnen CO_2-Äquivalente (CO_2e) leicht über

dem Vorjahresniveau mit 1.560 Tonnen CO_2e. Die Scope-2-Emissionen sind im Vergleich zum Vorjahr aufgrund eines geringeren Stromverbrauchs auf 2.036 Tonnen CO_2e (Vorjahr: 2.188 Tonnen CO_2e) zurückgegangen. Insgesamt sanken die betrieblichen Emissionen (Scope 1 und 2) um 4 Prozent auf 3.651 Tonnen CO_2e (Vorjahr: 3.787 Tonnen CO_2e). Der Pendelverkehr der Mitarbeiter:innen sank im Berichtsjahr aufgrund der Out-of-Office-Regelungen im Zuge der COVID-19-Pandemie weiter stark und trug 1.491 Tonnen CO_2e (Vorjahr: 2.529 Tonnen CO_2e) zu den Scope-3-Emissionen bei. Die Emissionen aus Geschäftsreisen stiegen auf 1.582 Tonnen CO_2e (Vorjahr: 1.347 Tonnen CO_2e). Die Gesamtemissionen verringerten sich im Berichtsjahr um 5 Prozent auf 9.147 Tonnen CO_2e (Vorjahr: 9.584 Tonnen CO_2e).

Ausführliche Informationen zur Bilanzierung der Treibhausgasemissionen finden sich in den → Erläuterungen zum CO2-Fußabdruck. ▲

▼ CO_2-FUSSABDRUCK DER PROSIEBENSAT.1 GROUP / GRI 305-1 / GRI 305-2 / GRI 305-3 ▲

Treibhausgasemissionen (CO_2-Äquivalente), in Tonnen[1]	2021	Veränderung	2020	2019
Scope 1 – Direkte Treibhausgasemissionen	**1.615**	**1 %**	**1.599**	**2.110**
_ Fuhrpark[2]	1.596	2 %	1.560	2.064
_ Heizöl	19	−53 %	40	46
Scope 2 – Indirekte Treibhausgasemissionen[3]	**2.036**	**−7 %**	**2.188**	**2.882**
_ Elektrizität[4]	775	−26 %	1.054	1.719
_ Fernwärme und Geothermie[5]	1.261	11 %	1.134	1.163
Scope 3 – Treibhausgasemissionen aus vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsstufen	**5.495**	**−5 %**	**5.797**	**16.292**
_ Nicht in Scope 1 und 2 enthaltene Brennstoffe und energiebezogene Aktivitäten	2.405	27 %	1.898	1.974
_ Durch betriebliche Abläufe entstehende Abfälle	17	−26 %	23	47
_ Pendelverkehr der Mitarbeiter:innen	1.491	−41 %	2.529	6.474
_ Geschäftsreisen (Flug, Bahn, Mietwagen und Taxi)[6]	1.582	17 %	1.347	7.797
Betriebliche Emissionen (Scope 1 und 2)	**3.651**	**−4 %**	**3.787**	**4.992**
Gesamtemissionen (Scope 1, 2 und 3)[7,8]	**9.147**	**−5 %**	**9.584**	**21.284**

1 Bei der Ermittlung des CO_2-Fußabdrucks haben wir uns an den Kriterien und Definitionen der Sustainability Reporting Standards der Global Reporting Initiative (GRI) orientiert. Die Datenerhebung erfolgte auf Basis von internen Vorgaben. Darüber hinaus haben wir uns bei der Berechnung unseres CO_2-Fußabdrucks smit ausgewählter Daten zu indirekten CO2-Emissionen (Scope 3) an folgenden Standards orientiert: Greenhouse Gas (GHG) Protocol – Corporate Accounting and Reporting Standard, Corporate Value Chain Accounting and Reporting Protocol des World Resources Institute (WRI) sowie World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). In den CO_2-Fußabdruck wurden alle eigenen Standorte und Mitarbeiter:innen der ProSiebenSat.1 Group einbezogen. Die Abdeckung mit Messdaten beträgt 74 Prozent (Vorjahr: 78 %) für Scope 1 und 75 Prozent (Vorjahr: 79 %) für Scope 2. Bei der Berechnung haben wir die market-based-Methode verwendet.
2 Ohne Autostrom.
3 Energieverbräuche der Produktionsstudios und Rechenzentren außerhalb der Standorte Unterföhring und Berlin sind nicht enthalten. Hochrechnung auf Basis von Referenzgebäuden. Die Scope-2-Emissionen nach der location-based-Methode betrugen im Berichtszeitraum 7.166t CO_2e (Vorjahr: 9.577t CO_2e).
4 Die location-based-Emissionen in der Kategorie Elektrizität betrugen im Berichtszeitraum 5.032t CO_2e (Vorjahr: 7.401t CO_2e).
5 Die location-based-Emissionen in der Kategorie Fernwärme und Geothermie betrugen im Berichtszeitraum 2.133t CO_2e (Vorjahr: 2.176t CO_2e).
6 In der Kategorie Geschäftsreisen wurden im Berichtszeitraum 324t CO_2e (Vorjahr: 355t CO_2e) kompensiert.
7 Die Gesamtemissionen nach der location-based-Methode betrugen im Berichtszeitraum 14.244t CO_2e (Vorjahr: 16.973t CO_2e).
8 Die verbleibenden nicht-reduzierten und nicht-kompensierten Emissionen lagen im Berichtszeitraum bei 8.823t CO_2e (Vorjahr: 9.229t CO_2e.)

▼ INTENSITÄT DER TREIBHAUSGASEMISSIONEN / GRI 305-4 ▲

	2021	2020	2019
Treibhausgasemissionen in t	**9.147**	9.584	21.284
Umsatz in Mio Euro	**4.494**	4.047	4.135
Durchschnittliche FTE	**7.956**	7.128	7.265
Treibhausgasemissionen/Umsatz in t/Mio Euro	**2,04**	**2,37**	**5,15**
Treibhausgasemissionen/ durchschnittliche FTE in t/durchschnittliche FTE	**1,15**	**1,34**	**2,93**

Abfall

Das betriebliche Abfallaufkommen am Standort Unterföhring ist im Berichtsjahr 2021 auf 527 Tonnen (Vorjahr: 615 Tonnen) gesunken. In der Abfallbilanz waren 173 Tonnen (Vorjahr: 188 Tonnen) auf Um- und Rückbauarbeiten in den bestehenden Gebäuden zurückzuführen. Abfall, der nicht wiederverwertet werden kann, entsorgen wir umweltgerecht. ProSiebenSat.1 folgt dabei den lokalen Vorgaben und klassifiziert Abfälle entsprechend den jeweiligen nationalen Gesetzen als gefährlich oder nicht gefährlich. Die Menge an gefährlichen Abfällen (zum Beispiel Dämmmaterial und asbesthaltige Baustoffe) sank 2021 auf sechs Tonnen (Vorjahr: 29 Tonnen). Die gemischten Siedlungsabfälle (hausmüllähnliche Abfälle aus Gewerbe und Industrie) verringerten sich auf 38 Tonnen (Vorjahr: 69 Tonnen). Die Reduzierung ist auf die Out-of-Office-Regelungen im Zuge der COVID-19-Pandemie zurückzuführen. Die Maßnahmen zur Mülltrennung und -reduzierung werden kontinuierlich optimiert. So wird am ProSiebenSat.1-Campus in den Kantinen und Cafés bereits komplett auf Einwegplastik verzichtet. Aufgrund der Abbrucharbeiten im Zusammenhang mit dem Bauvorhaben „New Campus“ in Unterföhring wurden im Berichtsjahr 27.930 Tonnen Bauabfälle entsorgt. **GRI 306-2**

Angaben gemäß EU-Taxonomie-Verordnung

▼ Die Europäische Kommission verfolgt mit dem „European Green Deal“ den Plan für ein nachhaltiges und wettbewerbsfähiges Europa unter anderem mit dem Ziel, die europäische Wirtschaft künftig nachhaltiger auszurichten und Kapitalströme in nachhaltige Wirtschaftstätigkeiten zu lenken. Um in diesem Sinne Wirtschaftstätigkeiten gemäß ihrer Nachhaltigkeit einstufen zu können, hat die Europäische Kommission mit der Taxonomie-Verordnung ein Klassifikationssystem geschaffen, das für nichtfinanzielle Erklärungen und Berichte, die nach dem 1. Januar 2022 veröffentlicht werden, Anwendung findet. Dabei ist im ersten Jahr der Anwendung zunächst im Hinblick auf die beiden Umweltziele „Klimaschutz“ und „Anpassung an den Klimawandel“ zu berichten, zu denen die EU-Kommission den sogenannten delegierten Rechtsakt „Klima“ veröffentlicht hat. Dieser enthält die Beschreibung taxonomiefähiger Wirtschaftstätigkeiten, also potenziell "nachhaltiger“ Tätigkeiten. Zudem finden sich dort die technischen Kriterien für die spätere Bewertung der Taxonomiekonformität, anhand derer beurteilt wird, ob eine Tätigkeit tatsächlich „nachhaltig“ ist. Im ersten Jahr der Anwendung ist lediglich die Taxonomiefähigkeit zu beurteilen. Im Folgenden beschreiben wir, wie die ProSiebenSat.1 Group die relevanten Wirtschaftsaktivitäten identifiziert und die entsprechenden Taxonomie-KPIs (Anteil der taxonomiefähigen und nicht-taxonomiefähigen Umsatzerlöse, Investitionsausgaben und Betriebsausgaben) ermittelt hat.

Für alle Konzerngesellschaften wurde in einer ersten Analyse auf Basis der Beschreibung der Geschäftsmodelle identifiziert, inwieweit taxonomiefähige Wirtschaftstätigkeiten in den Bereichen „Klimaschutz“ und „Anpassung an den Klimawandel“ bestehen. Diese Einschätzung wurde von verschiedenen Konzernvertreter:innen validiert. Anschließend wurden am Beispiel der ProSiebenSat.1 Media SE als Muttergesellschaft die Beträge aus dem Rechnungslegungssystem im Zusammenhang mit taxonomiefähigen Tätigkeiten erhoben. Durch dieses Pilotprojekt konnten die für die taxonomiefähigen Tätigkeiten relevanten Konzernkonten zur Erhebung der Taxonomie-Kennzahlen identifiziert werden. Die gewonnenen Erkenntnisse dienten als Basis für die Skalierung auf den gesamten Konzern. Im Anschluss wurde jede Gesellschaft zur Bestätigung der Ersteinschätzung der Tätigkeiten und zur Erhebung der jeweiligen Werte aus den Finanzsystemen aufgefordert. Auf Konzernebene wurden diese Daten dann validiert und konsolidiert.

Als Ergebnis hat der Konzern dabei verschiedene potenziell relevante Wirtschaftstätigkeiten in Bezug auf das Umweltziel „Anpassung an den Klimawandel“ identifiziert, zum Beispiel Tätigkeit 8.3. „Rundfunktätigkeiten“ oder Tätigkeit 13.3. „Herstellung, Verleih und Vertrieb von Filmen und Fernsehprogrammen; Kinos; Tonstudios und Verlegen von Musik“ im delegierten Rechtsakt „Klima“. Diesen können jedoch im Sinne der Taxonomie keine Umsatzerlöse zugewiesen werden: Nach unserer Auffassung liegt bei diesen Wirtschaftstätigkeiten kein ermöglichender Charakter im Sinne des delegierten Rechtsakts „Klima“ als Voraussetzung für den Ausweis vor. Hierunter versteht

man eine Wirtschaftstätigkeit, die es anderen Tätigkeiten unmittelbar ermöglicht, einen wesentlichen Beitrag zu einem der beiden klimabezogenen Umweltziele der Taxonomie-Verordnung zu leisten. Dies stellt jedoch nicht den Kernzweck der Tätigkeiten der ProSiebenSat.1 Group dar. Zudem konnten wir in Bezug auf das Umweltziel „Anpassung an den Klimawandel“ keine Investitions- und Betriebsausgaben identifizieren. Diese können nach unserer Auffassung nur bei Ausgaben geltend gemacht werden, die anfallen, um eine Tätigkeit klimaresilient zu machen, also um die wichtigsten physischen Klimarisiken zu reduzieren. Darüber hinaus hat die ProSiebenSat.1 Group verschiedene Tätigkeiten in Bezug auf das Umweltziel „Klimaschutz“ identifiziert, die im Zusammenhang mit Investitions- und Betriebsausgaben stehen. Dies beschränkt sich bei der ProSiebenSat.1 Group im Wesentlichen auf Ausgaben für den Fuhrpark (Tätigkeit 6.5. im delegierten Rechtsakt „Klima“), Neubauten und Sanierungen sowie Ausgaben für Instandhaltung und Reparatur von Vermögenswerten (Tätigkeiten 7.1. bis 7.7. im delegierten Rechtsakt „Klima“). Alle Sachverhalte konnten hierbei eindeutig zugeordnet werden, sodass es zu keinen Doppelzählungen gekommen ist. Die folgenden Erläuterungen und Tabellen geben unsere Auslegung der aktuellen Rechtslage zur EU-Taxonomie-Verordnung wieder. ▲

▼ ÖKOLOGISCHE VERANTWORTUNG ▲

Generell deckt die Taxonomie-Verordnung bisher vor allem die Wirtschaftstätigkeiten ab, die innerhalb Europas den größten Ausstoß von CO_2-Emissionen verursachen. In den kommenden Jahren soll die Verordnung sowohl um weitere Umweltziele als auch um zusätzliche taxonomiefähige Wirtschaftstätigkeiten erweitert werden. Aktuell ist der Großteil der Geschäftstätigkeiten der ProSiebenSat.1 Group noch nicht durch die Taxonomie-Verordnung abgedeckt. Dies bedeutet jedoch nicht, dass unsere Gruppe keinen Beitrag zum Klimaschutz leistet. Wir sind uns der Verantwortung des Konzerns aufgrund der Reichweite unserer TV-Sender und digitalen Plattformen bewusst und werden unsere Zielgruppen auch weiterhin hinsichtlich klimarelevanter Themen informieren und sensibilisieren.

Umsatzerlöse

▼ Die zugrunde gelegten Umsatzerlöse entsprechen den in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesenen Umsatzerlösen. Es wurden für das Geschäftsjahr 2021 keine Umsatzerlöse aus taxonomiefähigen Wirtschaftstätigkeiten identifiziert. ▲

→ Ertragslage des Konzerns

Investitionsausgaben (CapEx)

▼ INVESTITIONSAUSGABEN (CAPEX) ▲

Wirtschaftstätigkeiten 2021	Absoluter CapEx (in Mio Euro)	Anteil (in %)
A. CapEx aus taxonomiefähigen Tätigkeiten	98	8
B. CapEx aus nicht-taxonomiefähigen Tätigkeiten	1.136	92
Summe	**1.234**	**100**

▼ Die Investitionsausgaben der ProSiebenSat.1 Group setzen sich zusammen aus den Zugängen zum Programmvermögen, sonstigen immateriellen Vermögenswerten sowie Sachanlagen und Nutzungsrechten an Sachanlagen. Im Geschäftsjahr 2021 gab es keine Zugänge durch Änderungen im Konsolidierungskreis.

→ Erläuterungen zur Konzern-Bilanz

Die taxonomiefähigen Investitionsausgaben stehen im Zusammenhang mit dem Fuhrpark der Gruppe, Neubauten oder Sanierungen sowie Ausgaben für Instandhaltung und Reparatur von Vermögenswerten. Den größten Beitrag leistet dabei der Campus-Neubau in Unterföhring. Diese

Ausgaben entsprechen den Tätigkeiten 6.5., 7.1. bis 7.7. und 9.3. im delegierten Rechtsakt „Klima“, der sich auf das Umweltziel „Klimaschutz“ bezieht. Für das Geschäftsjahr 2021 hat die ProSiebenSat.1 Group keine Ausgaben im Zusammenhang mit dem Umweltziel „Anpassung an den Klimawandel“ identifiziert. ▲

Betriebsausgaben (OpEx)

▼ Die Betriebsausgaben gemäß der Definition der EU-Taxonomie, im Wesentlichen Ausgaben für Wartung und Instandhaltung sowie Forschung und Entwicklung, beliefen sich für die ProSiebenSat.1 Group im Berichtsjahr auf 28 Mio Euro. Diese Ausgaben sind im Kontext der Gesamtausgaben der Gruppe nicht wesentlich (<1 %). Somit gibt es keine wesentlichen Betriebsausgaben im Zusammenhang mit taxonomiefähigen Aktivitäten. ▲

GOVERNANCE & COMPLIANCE

Zu den zentralen Handlungsfeldern der ProSiebenSat.1-Nachhaltigkeitsstrategie gehört auch Governance & Compliance. Vorstand und Aufsichtsrat sehen eine gute Corporate Governance als wesentlichen Bestandteil einer verantwortungsvollen, transparenten und auf langfristige Wertschöpfung ausgerichteten Unternehmensführung an. Mit dem Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) wurde ein Standard für eine transparente Kontrolle und Steuerung von Unternehmen etabliert. Die entsprechenden Ausführungen zur Corporate Governance bei ProSiebenSat.1 befinden sich insbesondere in der Erklärung zur Unternehmensführung gemäß §§ 289f und 315d HGB. Sie umfasst neben der jährlichen Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG weitere relevante Angaben zu den Unternehmensführungspraktiken der ProSiebenSat.1 Group. Informationen zur Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat befinden sich im Vergütungsbericht.

▼ Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE ist zudem der Überzeugung, dass nachhaltiger wirtschaftlicher Erfolg im Wettbewerb nur auf Grundlage rechtmäßiger Geschäftspraktiken möglich ist. Neben der Korruptionsvermeidung konzentriert sich die ProSiebenSat.1 Group im Bereich der Compliance insbesondere auf die Themen Geldwäsche, Sanktionen und Embargos sowie den Datenschutz. Für diese Rechtsgebiete besteht bei der ProSiebenSat.1 Group ein Compliance-Management-System (CMS). Wesentliche Zielsetzung des CMS ist es, Integrität sowie richtlinienkonformes und regeltreues Verhalten dauerhaft im Denken und Handeln aller Mitarbeiter:innen zu verankern und auf diese Weise Rechts- und Regelverstöße zu verhindern. Die zentrale Compliance-Organisation bilden das Compliance Committee und die vom Chief Compliance Officer (CCO) geleitete Abteilung Group Compliance, die bei der Erfüllung ihrer Aufgaben durch Fachexpert:innen aus anderen Bereichen, beispielsweise der Rechtsabteilung oder der Internen Revision, unterstützt werden. Daneben wurden für die Konzerngesellschaften Unit Compliance Officers (UCO) bestellt, die dort für das CMS zuständig sind und direkten Kontakt mit den jeweiligen Fachexpert:innen haben. Im Jahr 2021 wurde das CMS der ProSiebenSat.1 Group im Zuge einer Aktualisierung der Delegation von Compliance-Verantwortlichkeiten angepasst. Dazu wurde unter anderem die Richtlinie „Compliance-Management-System“ eingeführt. Ziel ist die klare Zuweisung von Verantwortlichkeiten und Aufgabenbereichen in den Geschäftsleitungen der Konzerngesellschaften, die Errichtung eines konzernweit einheitlichen Melde- und Berichtssystems sowie die Optimierung der Zusammenarbeit zwischen den Gesellschaften und Group Compliance. Die Verantwortlichkeit für Kartellrecht ging im Rahmen der Aktualisierung der Delegation 2021 von Group Compliance auf Legal Affairs über. Die nachfolgenden Angaben beziehen sich auch auf kartellrechtliche Bestimmungen.

In ihrem Verhaltenskodex („Code of Conduct“) hat die ProSiebenSat.1 Group grundsätzliche Richtlinien und Handlungsweisen festgelegt. Diese Richtlinien definieren die allgemeinen Maßstäbe für das Verhalten in geschäftlichen, rechtlichen und ethischen Angelegenheiten und regeln zudem, wie Mitarbeiter:innen Hinweise auf Fehlverhalten im Unternehmen geben können. Sie dienen allen Mitgliedern des Vorstands, der Geschäftsleitungen der Tochtergesellschaften der ProSiebenSat.1 Group sowie den Mitarbeiter:innen der ProSiebenSat.1 Group als verbindlicher

Orientierungs- und Ordnungsrahmen sowohl für den Umgang miteinander als auch mit Geschäftspartner:innen, Kund:innen, Lieferant:innen und weiteren Dritten. Nach der grundsätzlichen Überarbeitung und Verabschiedung im Jahr 2021 trat im Januar 2022 ein neuer Verhaltenskodex in Kraft, der den bisherigen Kodex ersetzt und als verbindendes Element über alle Segmente der ProSiebenSat.1 Group wirken soll. Er setzt Mindeststandards für verantwortungsvolles Handeln, gibt Orientierung im täglichen Arbeitsalltag und setzt den nötigen Handlungsrahmen für die Geschäftsaktivitäten von ProSiebenSat.1.

Ein weiteres zentrales Compliance-Instrument der ProSiebenSat.1 Group ist das Hinweisgebersystem. Neben internen Meldekanälen besteht zusätzlich die Möglichkeit, Hinweise auf Rechtsverstöße anonym über eine externe Ombudsstelle abzugeben. Bei Meldungen schwerwiegender Verdachtsfälle, die sich nach interner Bewertung als begründet herausstellen, informiert der Chief Compliance Officer unverzüglich die Unternehmensleitung.

Nähere Informationen, insbesondere zur Compliance-Organisation und zum Hinweisgebersystem, werden in der Erklärung zur Unternehmensführung gemäß §§ 289f und 315d HGB gegeben.

Die ProSiebenSat.1 Group hat zudem ein Compliance-Schulungsangebot implementiert, das sowohl Online-Trainings als auch Präsenzschulungen beinhaltet. Die Online-Trainings, die im Turnus von zwei Jahren in englischer und deutscher Sprache angeboten werden und grundsätzlich für alle Mitarbeiter:innen verpflichtend sind, sollen ein Grundverständnis für die wesentlichen Compliance-Risiken schaffen. Präsenzschulungen, die auch 2021 überwiegend virtuell stattfanden, richten sich gezielt an Risikogruppen und werden von Legal Affairs, Group Compliance, HR Law, Taxes, Corporate Information Security, dem Datenschutzbeauftragten sowie den Jugendschutzbeauftragten jeweils für ihre Bereiche durchgeführt. Zudem bietet die ProSiebenSat.1 Group in ihrer P7S1 Academy Seminare für die Geschäftsführer:innen der deutschen Beteiligungsgesellschaften an, um diesen einen umfassenden Überblick über ihre Rechte und Pflichten sowie die relevanten Rechtsgrundlagen zu geben. ▲

COMPLIANCE-SCHULUNGEN

	2021			2020		
Thema	Termine (live/virtuell)	Teilnehmer:innen (live/virtuell)	Online-Trainings	Termine (live/virtuell)	Teilnehmer:innen (live/virtuell)	Online-Trainings
Medien-, Urheber-, Werberecht, Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)	5	114	6.549[1]	1	3	3.448
Compliance Kartellrecht	5	48		7	295	—
Geldwäsche	—	—		—	—	—
Sanktionen & Embargos	—	—		—	—	—
Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz (AGG), Arbeitsrecht	5	55	5.544	—	—	2.338
Datenschutz	19	385	5.876	—	—	2.304
Informationssicherheit	—	—	3.243	—	—	6.500
Jugendschutz	4	62	376	2	26	477
Arbeitsschutz	—	—	7.385	—	—	6.213
Steuerrecht	4	7	—	2	42	—
Geschäftsführer-Seminare	4	47	—	2	18	—

1 Seit Oktober 2021 inkl. Geldwäsche und Sanktionen & Embargos und exkl. Medien-, Urheber-, Werberecht, UWG.

Anti-Korruption und Kartellrecht

▼ Ein rechtskonformes Verhalten und die Prävention von Gesetzes- und Regelverstößen sind Voraussetzung für den nachhaltigen Erfolg eines Unternehmens. Die Verhinderung von Korruption und wettbewerbswidrigem Verhalten im Zusammenhang mit dem Kartellrecht ist daher von hoher Geschäftsrelevanz und ein wichtiger Erfolgsfaktor für die Erreichung unserer Unternehmensziele. Der freie Wettbewerb ist eine tragende Säule unserer Wirtschaftsordnung und durch die Kartellgesetze besonders geschützt. Wettbewerbsverstöße können hohe Bußgelder und Schaden-

ersatzklagen nach sich ziehen, die nicht nur das Unternehmen, sondern auch die Mitarbeiter:innen persönlich treffen können. Im Jahr 2021 sind uns wie im Vorjahr keine Ermittlungen gegen den Konzern, Beteiligungen oder gegen Mitarbeiter:innen der ProSiebenSat.1 Group hinsichtlich Korruptionsdelikten oder Kartellrechtsverstößen bekannt. ▲ **GRI 205-3, GRI 206-1**

Datenschutz

▼ Aufgrund der fortschreitenden Digitalisierung und durch neue Geschäftsmodelle werden immer mehr personenbezogene Daten generiert und auf unterschiedlichste Art und Weise verarbeitet. Das gilt auch für die ProSiebenSat.1 Group mit ihren vielfältigen Entertainment-Angeboten und unterschiedlichen Commerce-Unternehmen im Portfolio. Der Datenschutz schützt in diesem Zusammenhang das Recht auf Privatsphäre und auf informationelle Selbstbestimmung. Diese bezieht sich auf das Recht jeder Person, die Weitergabe und Nutzung ihrer personenbezogenen Daten selbst zu bestimmen. Unser Ziel ist es, sorgfältig mit diesen Daten umzugehen und sie vor Missbrauch zu schützen. Der Konzerndatenschutzbeauftragte verantwortet die Zusammenarbeit und Abstimmung in allen wichtigen Angelegenheiten des Datenschutzes. Er ist organisatorisch dem Bereich Group Compliance zugeordnet und wird in Rechtsfragen durch Fachexpert:innen für Data Protection Law unterstützt. Durch verpflichtende Schulungen und Assessments durch den Konzerndatenschutzbeauftragten sollen Verletzungen der Privatsphäre verhindert und datenschutzrechtliche Compliance gewahrt werden.

Die Datenschutzkonformität soll dabei auf Basis eines risikoorientierten Datenschutzmanagementsystems (DSMS) sichergestellt und personenbezogene und andere sensible Daten vor Verlust, Zerstörung, unautorisiertem Zugriff oder unautorisierter Verwendung, Bearbeitung oder Offenlegung geschützt werden. Als Grundlage für konkrete Maßnahmen gelten dabei die gesetzlichen Regelungen, insbesondere die europäische Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) und das Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) sowie unsere eigenen Datenschutzrichtlinien. Diese wurden im Berichtsjahr überarbeitet. Die datenschutzrechtlichen Vorgaben sind Bestandteil unseres CMS. Die ProSiebenSat.1 Group hat Prozesse implementiert, um personenbezogene Daten vor Missbrauch zu schützen. Diese betreffen die Erstellung von datenschutzrechtlichen Vereinbarungen zur Erfüllung der Vorgaben gemäß Art. 26, 28 DSGVO und die Weitergabe personenbezogener Daten an Behörden. Ebenso werden durch die Datenschutzprozesse die Informationspflichten und Betroffenenrechte sowie die Meldung von Datenschutzvorfällen abgebildet, d.h. die unrechtmäßige Kenntniserlangung von personenbezogenen Daten durch Dritte (Art. 33, 34 DSGVO).

Im Jahr 2021 wurden neun Fälle (Vorjahr: 18) begründeter Beschwerden in Bezug auf die Verletzung der Privatsphäre von Kund:innen bei den Gesellschaften der ProSiebenSat.1 Group in Deutschland ermittelt; davon waren neun (Vorjahr: 15) Beschwerden von externen Parteien, keine (Vorjahr: drei) von Aufsichtsbehörden. Zudem wurden 12 gemäß Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) meldepflichtige Fälle (Vorjahr: sechs) von Datenlecks sowie Datenklau oder -verlust ermittelt. ▲ **GRI 418-1**

Informationssicherheit

Informationen in vielfältiger Art sind von zentraler Bedeutung für die Geschäftstätigkeiten von ProSiebenSat.1. Die ausreichende Sicherheit von Geschäftsprozessen, IT, Infrastrukturen und kritischen Informationen ist daher ein strategischer Faktor für die Wettbewerbsfähigkeit des Konzerns. Eine unternehmensweite, prozessorientierte Informationssicherheit dient als Instrument, um entsprechende Risiken rechtzeitig zu erkennen und angemessen zu behandeln. Der Bereich IT-Security ist dabei insbesondere für den Schutz von IT-Systemen verantwortlich. Das Information Security Office als Holding-Funktion definiert Richtlinien, organisiert Assessments und Penetrationstests (u.a. für Websites und Online-Shops) sowie E-Learnings und Trainings und ist für das Incident- sowie Risikomanagement verantwortlich. Zudem berät es konzernintern zu Themen mit Bezug zu Informationssicherheit. Im Berichtsjahr fand ein Assessment des Information Security Management System (ISMS) gemäß ISO 27001 statt, das einen insgesamt hohen Reifegrad

bestätigte. Die Information Security Policy definiert die grundlegenden Leitsätze zum Umgang mit Informationen der ProSiebenSat.1 Group. Die Richtlinie gilt übergeordnet und weltweit für alle Geschäftseinheiten und -bereiche, für alle verbundenen Tochtergesellschaften mit Mehrheitsbeteiligungen und deren Mitarbeiter:innen. Darüber hinaus gilt sie für alle internen und externen Dienstleister:innen, Geschäftspartner:innen und andere Dritte, die Unternehmensinformationen der ProSiebenSat.1 Group erfassen, verarbeiten oder nutzen und zur Einhaltung der Richtlinie verpflichtet wurden.

Medienregulierung

▼ Zu den medienrechtlich relevanten Themen für die ProSiebenSat.1 Group zählen unter anderem die journalistische Unabhängigkeit, die Grundsätze zur Trennung von Werbung und Programm sowie die Anforderungen an den Jugendschutz. Diese Themen sind auch Bestandteil unseres Verhaltenskodex („Code of Conduct"). Wir haben für 2021 wie im Vorjahr insgesamt 12 Verstöße gegen journalistische Sorgfaltspflichten, Programmgrundsätze sowie jugendschutzrechtliche Bestimmungen und Persönlichkeitsrechte erfasst. **GRI 416-2**

Bei all unseren Aktivitäten sind wir der freiheitlich demokratischen Grundordnung verpflichtet, die insbesondere auch auf dem Grundrecht der Meinungsfreiheit basiert. Die zentrale Chefredaktion der Seven.One Entertainment Group GmbH ist auf operativer Ebene dafür verantwortlich, dass bei der redaktionellen Arbeit aller Sender die journalistische Unabhängigkeit gewahrt bleibt. In täglich stattfindenden Konferenzen mit den Redaktionen und Programmmanager:innen werden die inhaltlichen Schwerpunkte der Berichterstattung und des Programms diskutiert. Bei der Freigabe von redaktionellen Beiträgen gilt grundsätzlich das Vier-Augen-Prinzip. Der Konzern hat zudem Leitlinien formuliert, denen alle Journalist:innen und redaktionell Verantwortlichen verpflichtet sind. Die „Leitlinien zur Sicherung der journalistischen Unabhängigkeit" konkretisieren dabei das Verständnis der publizistischen Grundsätze des Pressekodex des Deutschen Presserates. Sie sind demnach in der Gestaltung ihrer redaktionellen Beiträge grundsätzlich frei und sollen unabhängig von gesellschaftlichen, wirtschaftlichen oder politischen Interessen berichten. In internen Schulungen werden Themen wie Presserecht und Jugendschutz geschult und vertieft.

Die ProSiebenSat.1 Group verpflichtet sich zur Abgrenzung zwischen redaktioneller Berichterstattung und Veröffentlichungen zu werblichen Zwecken. In begründeten Einzelfällen, die den Verdacht des Einsatzes von Schleichwerbung nahelegen, kann ein Kontrollgremium tätig werden. Der Konzern ist zudem in Deutschland verpflichtet, den Bestimmungen des Medienstaatsvertrages sowie der „Gemeinsamen Satzung zur Durchführung der Werbevorschriften des Medienstaatsvertrags" der Landesmedienanstalten zu folgen. Die ProSiebenSat.1-Werberichtlinien zur Trennung von Werbung und Programm enthalten konkrete Erläuterungen zu Platzierungsverboten für bestimmte Produkte und Dienstleistungen. Sie geben den Mitarbeiter:innen der deutschen Gesellschaften der ProSiebenSat.1 Group verbindliche Vorgaben im Rahmen ihres Arbeitsverhältnisses, um Verstöße gegen Programmgrundsätze möglichst zu verhindern. Für die deutschen Sender sollen die Richtlinien dem Erhalt der journalistischen Glaubwürdigkeit dienen und inhaltlich die Unabhängigkeit von Einflüssen Dritter als oberste programmliche Leitlinie absichern.

Nicht zuletzt haben jugendschutzrechtliche Bestimmungen im Rahmen der Medienregulierung eine wichtige Bedeutung. Eine zentrale Rolle spielen dabei die Jugendschutzbeauftragten der ProSiebenSat.1 Group. Sie sollen dafür Sorge tragen, dass alle vom Konzern verantworteten Inhalte im TV und Internet altersgerecht angeboten werden. Ziel ist es, Kindern und Jugendlichen den Zugang zu Inhalten zu erschweren, die für ihre Altersgruppe ungeeignet sind. Der Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) und das Jugendschutzgesetz (JuSchG) setzen dafür klare Vorgaben. Anbieter müssen ihre telemedialen Inhalte zum Beispiel hinsichtlich einer entwicklungsbeeinträchtigenden Wirkung für Kinder und Jugendliche prüfen. Die Jugendschutzbeauftragten sind in ihrer Tätigkeit weisungsfrei und dafür verantwortlich, dass für Kinder und Jugendliche ungeeignete Inhalte im Rundfunk ausschließlich zu den gesetzlich vorgegebenen Sendezeiten ausgestrahlt werden. Zugleich sollen sie bei Internet-Angeboten des

Konzerns den Einsatz technischer Schutzmöglichkeiten (zum Beispiel durch PIN-Verfahren oder die Filtersoftware JusProg) für die Verbreitung jugendschutzrelevanter Inhalte gewährleisten. Die Jugendschutzbeauftragten werden dazu möglichst frühzeitig in die Produktion und den Einkauf von Programmen eingebunden. Sie beurteilen im Rahmen ihres Auftrags bereits im Vorfeld Drehbücher, begleiten Produktionen und erstellen hierzu Gutachten. Neben den Jugendschutzbeauftragten erhalten auch TV- und Online-Redakteure regelmäßig Schulungen zu den Jugendschutzbestimmungen. Neben Mitarbeiter:innenschulungen und der Bereitstellung von internen Richtlinien engagieren wir uns über verschiedene Organisationen für den Jugendschutz, zum Beispiel Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) und Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (FSM). ▲

VERGÜTUNGSBERICHT

EINLEITUNG

Der Vergütungsbericht beschreibt die Grundzüge des Vergütungssystems von Vorstand und Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE für das Geschäftsjahr 2021. Er erläutert die Struktur und Höhe der Vergütung der einzelnen gegenwärtigen oder früheren Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder. Unter Berücksichtigung des Gesetzes zur Umsetzung der zweiten Aktionärsrechterichtlinie (ARUG II) und des Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) hat der Aufsichtsrat Änderungen des Vergütungssystems für die Mitglieder des Vorstands beschlossen und das Vergütungssystem der Hauptversammlung am 1. Juni 2021 zur Billigung vorgelegt. Die Hauptversammlung hat das System zur Vergütung der Mitglieder des Vorstands mit einer breiten Mehrheit von rund 96 Prozent gebilligt. Eine vollständige Beschreibung des neuen Systems ist auf der Internetseite der Gesellschaft veröffentlicht (www.prosiebensat1.com). Das neue Vergütungssystem gilt für alle Neuabschlüsse von Vorstandsdienstverträgen sowie bei Vertragsverlängerungen. Da es seit dem 1. Juni 2021 bis zum 31. Dezember 2021 keine Neuabschlüsse sowie Vertragsverlängerungen mit Wirksamkeit im Geschäftsjahr 2021 gab, beziehen sich die nachfolgenden Ausführungen auf das seit dem 1. Januar 2018 und im Geschäftsjahr 2021 weiterhin gültige Vorstandsvergütungssystem. Das für dieses Geschäftsjahr gültige Vergütungssystem wurde von der Hauptversammlung am 16. Mai 2018 mit einer ebenfalls breiten Mehrheit von rund 93 Prozent gebilligt und ist ebenfalls auf der Internetseite der Gesellschaft veröffentlicht.
→ www.prosiebensat1.com/

Der vorliegende Vergütungsbericht wurde vom Vorstand und Aufsichtsrat erstellt und entspricht den anwendbaren aktienrechtlichen Vorgaben. Der Vergütungsbericht wurde durch die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft („Ernst & Young") gemäß den Anforderungen des § 162 Abs. 3 AktG sowie inhaltlich geprüft. Der Vergütungsbericht sowie der beigefügte Vermerk über die Prüfung des Vergütungsberichts sind ebenfalls auf der Internetseite der ProSiebenSat.1 Media SE veröffentlicht.
→ www.prosiebensat1.com/

Ferner berücksichtigt der Vergütungsbericht die Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) in der Fassung vom 16. Dezember 2019 (siehe hierzu auch die Entsprechenserklärung vom Dezember 2021). Dieser verweist vor dem Hintergrund des ARUG II für Zwecke der Berichterstattung über die Vergütung im Wesentlichen auf die gesetzlichen Bestimmungen und verzichtet insbesondere auf die Mustertabellen für die Vorstandsvergütung. Die Gesellschaft hat sich entschieden, aus Gründen einheitlicher und damit besser nachvollziehbarer Darstellung der Vergütung die Mustertabellen des „Arbeitskreises Leitlinien für eine nachhaltige Vorstandsvergütung" im diesjährigen Vergütungsbericht zu verwenden.

VERGÜTUNG DES VORSTANDS

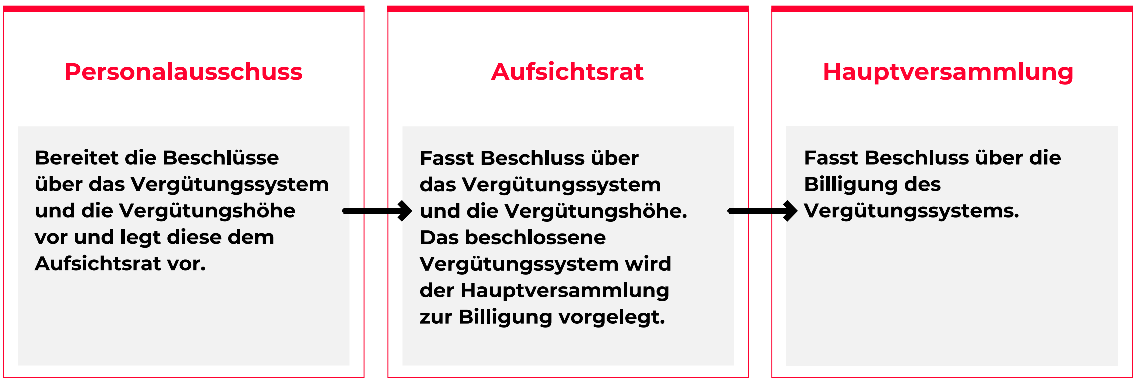
Zuständigkeit und Verfahren für die Festlegung der Vorstandsvergütung

Gemäß § 87a Abs. 1 AktG legt der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE das Vergütungssystem der Vorstandsmitglieder fest. Dabei wird er von seinem Personalausschuss unterstützt. Der Personalausschuss entwickelt einen Vorschlag zum Vergütungssystem, welches der Aufsichtsrat beschließt und regelmäßig überprüft. Die Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media SE beschließt mindestens alle vier Jahre sowie bei jeder wesentlichen Änderung des Vergütungssystems über die Billigung des vom Aufsichtsrat vorgelegten Vergütungssystems.

Im Einklang mit dem Vergütungssystem setzt der Aufsichtsrat, gestützt auf den Vorschlag des Personalausschusses, für jedes Vorstandsmitglied die individuelle Höhe der Vorstandsvergütung fest. Der Aufsichtsrat bestimmt zudem die Zielwerte der Zielparameter bzw. Kennzahlen basierend auf dem vorgelegten und vom Aufsichtsrat genehmigten Budget der Gesellschaft, die der Leistungsmessung zugrunde liegen und in der variablen Vergütung der Vorstandsmitglieder verankert werden.

Hierbei achtet der Aufsichtsrat darauf, dass die persönliche Leistung sowie der Tätigkeits- und Verantwortungsbereich der einzelnen Vorstandsmitglieder einerseits und die wirtschaftliche Lage der Gesellschaft andererseits in einem angemessenen Verhältnis zueinanderstehen.

FESTLEGUNG DER VORSTANDSVERGÜTUNG



Darüber hinaus werden die Vergütungsrelationen innerhalb der ProSiebenSat.1 Media SE berücksichtigt (vertikale Angemessenheit), wobei der Aufsichtsrat vor allem das Verhältnis der Vorstandsvergütung zur Vergütung des oberen Führungskreises und der Belegschaft insgesamt – auch in ihrer zeitlichen Entwicklung – betrachtet. Der obere Führungskreis wird für diese Zwecke vom Aufsichtsrat definiert als die Gruppe von Führungskräften der zwei höchsten Managementebenen unterhalb des Vorstands; die Belegschaft insgesamt beinhaltet die in Deutschland angestellten Mitarbeiter:innen v.a. am Standort Unterföhring.

Zudem wird die Höhe der Vorstandsvergütung in vergleichbaren Unternehmen berücksichtigt (horizontale Angemessenheit). Als vergleichbare Unternehmen betrachtet der Aufsichtsrat gegenwärtig zum einen die Unternehmen des DAX/MDAX und zum anderen des STOXX Europe 600 Media, einem Sub-Index des STOXX Europe 600 Index, zu dem Unternehmen der europäischen Medienindustrie zählen, sowie direkte Wettbewerber.

Soweit der Aufsichtsrat dies für erforderlich bzw. zweckdienlich erachtet, zieht er bei der Festlegung und Überprüfung der Vorstandsvergütung externe Sachverständige hinzu. So hat der

Aufsichtsrat bisher die Vorstandsvergütung auch in regelmäßigen Abständen insbesondere im Hinblick auf ihre Marktüblichkeit durch unabhängige externe Berater:innen überprüfen lassen.

Grundsätze des Vergütungssystems und Bezug zur Unternehmensstrategie

Das Vergütungssystem der ProSiebenSat.1 Media SE weist klare und transparente Strukturen auf und steht im Einklang mit der Konzernstrategie. Ziel des Vergütungssystems ist es, einen wirksamen Anreiz für eine erfolgreiche und nachhaltige Unternehmensentwicklung zu schaffen. Daher ist das System auf transparente, leistungsbezogene und eng am Unternehmenserfolg orientierte Bestandteile ausgerichtet, die insbesondere von langfristigen Zielgrößen sowie der Entwicklung der ProSiebenSat.1-Aktie abhängen und messbar sind. Die Mitglieder des Vorstands sollen durch das Vergütungssystem motiviert werden, die in der Geschäftsstrategie der ProSiebenSat.1 Media SE verankerten Ziele zu erreichen und gleichzeitig das Eingehen unverhältnismäßiger Risiken zu vermeiden.

Die unternehmensspezifischen Leistungskriterien ergeben sich aus der Konzernstrategie und umfassen sowohl finanzielle als auch nichtfinanzielle Aspekte. Ihre Planung und Steuerung erfolgen zentral über den Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE. Der Planungs- und Steuerungsprozess wird durch die Überwachung der Kennzahlen auf Basis regelmäßig aktualisierter Daten ergänzt. Dazu zählt auch die Beurteilung von Entwicklungen im Rahmen des Chancen- und Risikomanagements.

Die für die ProSiebenSat.1 Group spezifischen Leistungskriterien orientieren sich an den Interessen der Kapitalgeber:innen und umfassen neben Aspekten einer ganzheitlichen Umsatz- und Ergebnissteuerung auch die Finanzplanung.

Sowohl bei der Gestaltung des seit dem 1. Januar 2018 und im Geschäftsjahr 2021 weiterhin gültigen Vorstandsvergütungssystems als auch bei dem neuen Vergütungssystem, das der Hauptversammlung am 1. Juni 2021 vorgelegt wurde, hat sich der Aufsichtsrat an den folgenden Grundsätzen orientiert:

GRUNDSÄTZE DER VORSTANDSVERGÜTUNG

Die Vorstandsvergütung beinhaltet ...

- ✓ Klare und transparente Strukturen
- ✓ Überwiegend langfristige Zielgrößen
- ✓ Wirksame Anreize für eine nachhaltige Entwicklung
- ✓ Leistungsorientierte Bestandteile
- ✓ Aktienkursbezug, auch im Vergleich zum Wettbewerb
- ✓ Feste Auszahlungsbegrenzungen (Caps)
- ✓ Angemessene und am Markt orientierte Höhen

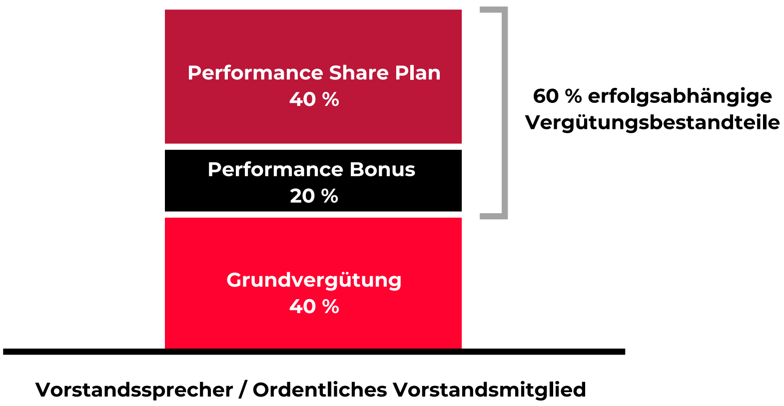
Die Vorstandsvergütung vermeidet ...

- x Fehlende Transparenz bei der Berichterstattung
- x Kurzfristige Erfolge zu Lasten der Nachhaltigkeit
- x Sonderboni
- x Unangemessen hohe Ermessensspielräume
- x Exzessive Abfindungen
- x Unangemessen hohe Vergütungen
- x Marktunübliche Ausgestaltungsmerkmale

Struktur und Bestandteile der Vorstandsvergütung

Das für das vergangene Geschäftsjahr sowie seit 2018 gültige Vorstandsvergütungssystem setzt sich aus drei Bestandteilen zusammen: einem fixen Basisgehalt (der Grundvergütung), einem einjährigen (dem Performance Bonus) sowie einem mehrjährigen variablen Vergütungsbestandteil (dem Performance Share Plan). Die Gewichtung der einzelnen Vergütungsbestandteile beträgt gemäß der vertraglich vereinbarten Zielvergütung für alle Vorstandsmitglieder 40 : 20 : 40 (Grundvergütung zu Performance Bonus zu Performance Share Plan).

VERGÜTUNGSSTRUKTUR



Zusätzlich besteht eine betriebliche Altersversorgung für die Vorstandsmitglieder. Der jährliche Beitrag des Unternehmens zur betrieblichen Altersversorgung beläuft sich auf 20 Prozent der Grundvergütung. Ferner erhalten die Vorstandsmitglieder marktübliche Nebenleistungen.

In nachfolgender Übersicht sind die Elemente des seit 2018 gültigen Vorstandsvergütungssystems zusammenfassend dargestellt und werden anschließend im Einzelnen beschrieben:

ÜBERSICHT VORSTANDSVERGÜTUNGSSYSTEM IM GESCHÄFTSJAHR 2021

Erfolgsunabhängige Vergütung

Grundvergütung

	Fixes Basisgehalt
Umfang	Ausgerichtet am Tätigkeits- und Verantwortungsbereich des jeweiligen Vorstandsmitglieds.
Auszahlungszeitpunkt	In monatlichen Raten.
Nebenleistungen	Vertraglich festgelegte, in der Höhe begrenzte, Nebenleistungen in Form von Sachbezügen und sonstigen finanziellen Leistungen.
Betriebliche Altersversorgung	Vertraglich festgelegte, jährlicher Versorgungsbeitrag in Höhe von 20 % der jeweiligen Grundvergütung.

Erfolgsabhängige Vergütung

Einjährige variable Vergütung

	Short Term incentive (Performance Bonus)
Zielvergütung	Vertraglich festgelegter Zielbetrag.
Cap	Obergrenze: 200 % des Zielbetrags (Cap).
Zielverfehlung	Bei Zielverfehlung ist ein Totalausfall möglich.
Clawback	Möglichkeit der Rückforderung eines bereits ausbezahlten Performance Bonus, sofern sich der maßgebliche Konzernabschluss nachträglich als unrichtig erweist.
Zielparameter	Finanzielle Zielparameter (gleichgewichtet): – EBITDA des Konzerns – Free Cashflow des Konzerns
	Modifier (+/-20 %) als Bonus-Malus abhängig von: – individuellen Zielen – Teamzielen

Auszahlungszeitpunkt	Innerhalb eines Monats nach Vorfliegen des geprüften und gebilligten Konzernabschlusses für das betreffende Geschäftsjahr.
Mehrjährige variable Vergütung	
	Long Term incentive (Performance Share Plan)
Laufzeit	Laufzeit jeder Tranche: 4 Jahre (Performance-Zeitraum).
Zuteilungswert	Vertraglich festgelegter jährlicher Zuteilungswert.
Cap	Obergrenze: 200 % des Zielwerts (Cap).
Zielverfehlung	Bei Zielverfehlung ist ein Totalausfall möglich.
Zielparameter	– Jährliche adjusted net income Ziele des Konzerns während der Laufzeit der jeweiligen Tranche (Gewichtung mit 50 %). – Relative Positionierung des Total Shareholder Return (TSR) gegenüber den Unternehmen des STOXX Europe 600 Media während der Laufzeit der jeweiligen Tranche (Gewichtung mit 50 %).
Zuteilung	Zuteilung sog. Performance Share Units (PSUs) in jährlichen Tranchen. Bestimmung der Anzahl der PSUs anhand des Zuteilungswerts auf Basis des Volumen-gewichteten durchschnittlichen XETRA-Schlusskurses der ProSiebenSat.1-Aktie der 30 Börsenhandelstage vor dem Beginn der Laufzeit (1. Januar) der jeweiligen Tranche.
Ermittlung Auszahlungsbetrag	Bestimmung der endgültigen Anzahl an Performance Share Units am Ende der Laufzeit der Tranche durch Multiplikation der PSUs mit einem erfolgsabhängigen Umrechnungsfaktor. Der Umrechnungsfaktor ist abhängig – zu 50 % von der Erreichung jährlicher adjusted net income Ziele während der Laufzeit der jeweiligen Tranche und – zu 50 % von der relativen Positionierung des Total Shareholder Return (TSR) gegenüber den Unternehmen des STOXX Europe 600 Media während der Laufzeit der jeweiligen Tranche. Keine Möglichkeit der nachträglichen Anpassung des Umrechnungsfaktors oder einer diskretionären Anpassung der Zielerreichung. Der Auszahlungsbetrag je Performance Share Unit entspricht dem Volumen-gewichteten durchschnittlichen XETRA-Schlusskurs der ProSiebenSat.1-Aktie der 30 Börsenhandelstage vor dem Ende der Laufzeit der jeweiligen Tranche zuzüglich der kumulierten Dividendenzahlungen auf die Aktie während der Laufzeit der Tranche. Bei Abwicklung in eigenen Aktien wird der Auszahlungsbetrag anhand des vorstehenden Börsenkurses in eigene Aktien umgerechnet.
Dividendenzahlungen	Berücksichtigung sämtlicher Dividendenzahlungen während der Laufzeit der Tranche durch Einrechnung der kumulierten Dividendenzahlungen je Aktie in den Auszahlungsbetrag.
Vesting	Unverfallbarkeit von je 1/12 der gewährten PSUs zum Ende eines jeden Monats des ersten Jahres der Laufzeit der jeweiligen Tranche. Wenn das Amt als Mitglied des Vorstands der ProSiebenSat.1 Media SE erst während des ersten Jahres der Laufzeit beginnt, wird der Zuteilungswert zeitlich anteilig verringert und die entsprechende reduzierte Anzahl an PSUs wird zu gleichen Teilen zum Ende des ersten Jahres der Planlaufzeit unverfallbar.
Auszahlung	Auszahlung grundsätzlich in bar oder nach Wahl der Gesellschaft durch Ausgabe einer entsprechenden Anzahl an eigenen Aktien.
Auszahlungszeitpunkt	Die jeweilige Tranche des Long Term Incentive wird jeweils nach Vorliegen des geprüften und gebilligten Konzernabschlusses für das letzte Geschäftsjahr des Performance-Zeitraums der betreffenden Tranche ausbezahlt bzw. abgewickelt.
Aktien-Erwerbs- und Halteverpflichtungen	
	Bis zum Erreichen des festgelegten Volumens besteht die Verpflichtung zur Investition von 25 % der jährlichen Brutto-Auszahlung aus einjähriger und mehrjähriger variabler Vergütung in ProSiebenSat.1-Aktien. Aktien sind mindestens bis zum Ablauf der Bestellung als Vorstandsmitglied zu halten.
	Volumen: – Vorstandsvorsitzender: 200 % des fixen Brutto-Basisgehalts – Übrige Vorstandsmitglieder einschließlich des Vorstandssprechers: 100 % des fixen Brutto-Basisgehalts

ERFOLGSUNABHÄNGIGE VERGÜTUNG

Die erfolgsunabhängige Vergütung besteht aus drei Elementen, der Grundvergütung in Form eines fixen Basisgehalts, der betrieblichen Altersversorgung sowie weiteren Nebenleistungen in Form von Sachbezügen.

GRUNDVERGÜTUNG

Die Grundvergütung wird in zwölf gleichen Teilbeträgen jeweils am Monatsende ausbezahlt. Beginnt oder endet der Dienstvertrag im laufenden Geschäftsjahr, wird die Grundvergütung für dieses Geschäftsjahr zeitanteilig gewährt.

NEBENLEISTUNGEN

Die Mitglieder des Vorstands erhalten zudem erfolgsunabhängige Nebenleistungen (insbesondere Dienstwagenbereitstellung, Gruppenunfallversicherung, Zuschüsse zu Versicherungen sowie vereinzelt Heimflüge).

Darüber hinaus sind die Vorstandsmitglieder in eine Vermögensschaden-Haftpflicht-Gruppenversicherung (D&O-Versicherung) einbezogen. Diese D&O-Versicherung deckt das persönliche Haftungsrisiko für den Fall ab, dass Vorstandsmitglieder bei der Ausübung ihrer beruflichen Tätigkeit für die Gesellschaft für Vermögensschäden in Anspruch genommen werden. Die Versicherung enthält eine Selbstbehaltsregelung, wonach ein in Anspruch genommenes Vorstandsmitglied in jedem Versicherungsfall insgesamt mindestens 10 Prozent des Schadens und für alle Versicherungsfälle in einem Versicherungsjahr maximal 150 Prozent der jeweiligen festen jährlichen Vergütung selbst trägt und entspricht damit den Anforderungen des § 93 Absatz 2 Satz 3 AktG. Maßgeblich für die Berechnung des Selbstbehalts ist die feste Vergütung in dem Kalenderjahr, in dem die Pflichtverletzung begangen wurde.

BETRIEBLICHE ALTERSVERSORGUNG

Für alle Mitglieder des Vorstands wurden Versorgungsverträge abgeschlossen: Die Gesellschaft zahlt für die Dauer des Dienstverhältnisses einen jährlichen Gesamtbeitrag auf ein von der Gesellschaft geführtes persönliches Versorgungskonto ein. Der von der Gesellschaft einzuzahlende jährliche Gesamtbeitrag entspricht 20 Prozent der jeweiligen Grundvergütung. Jedes Vorstandsmitglied hat das Recht, im Rahmen der Entgeltumwandlung zusätzliche Beiträge in beliebiger Höhe auf das Versorgungskonto einzuzahlen. Nach Beendigung des Dienstverhältnisses erfolgen keine weiteren Einzahlungen. Die Gesellschaft garantiert das eingezahlte Kapital sowie eine jährliche Verzinsung in Höhe von 2 Prozent. Die eingezahlten Beträge werden am Geld- und Kapitalmarkt angelegt. Wenn das jeweilige Vorstandsmitglied das 62. Lebensjahr vollendet hat und mindestens für volle drei Jahre als Vorstand bestellt war, wird ein monatliches Ruhegehalt oder stattdessen ein einmaliges Ruhegeld gezahlt. Dieser Anspruch besteht auch im Falle einer dauerhaften Arbeitsunfähigkeit. Das monatliche Ruhegehalt ergibt sich aus einer zum Zeitpunkt der Anspruchsberechtigung versicherungsmathematisch errechneten lebenslangen Altersrente. Sofern kein monatliches Ruhegehalt gezahlt wird, wird ein Ruhegeld als Einmalzahlung (bzw. in bis zu zehn gleichen Jahresraten) in Höhe des Garantiekapitals ausgezahlt.

Zum 31. Dezember 2021 beliefen sich die Pensionsrückstellungen bewertet nach IFRS für aktive und ehemalige Mitglieder des Vorstands in Summe auf 31,9 Mio Euro vor Saldierung mit dem Planvermögen. Gemäß § 162 Abs. 5 AktG werden die Angaben zu ehemaligen Vorstandsmitgliedern, deren Austritt aus dem Vorstand über zehn Jahre zurückliegt, nicht personenindividuell, sondern in einer Summe unter Sonstige ausgewiesen.

BESTAND DER PENSIONSVERPFLICHTUNG (DBO) ZUM 31. DEZEMBER 2021

in Tsd Euro

	Bestand der Pensions-verpflichtung (DBO)	davon Ansprüche aus Entgelt-umwandlungen
	aktive Vorstandsmitglieder	
Rainer Beaujean	871,0	—
Wolfgang Link	281,9	—
Christine Scheffler	296,6	54,6
Summe	**1.449,5**	**54,6**
	ehemalige Vorstandsmitglieder	
Conrad Albert	3.700,5	2.009,0
Andreas Bartl	743,0	—
Thomas Ebeling	12.928,7	10.327,5
Jan David Frouman	768,0	287,4
Dr. Ralf Schremper	345,8	—
Heidi Stopper	409,6	—
Christof Wahl	346,8	—
Dr. Christian Wegner	1.655,5	662,4
Dr. Gunnar Wiedenfels	429,4	429,4
Summe Sonstige	9.098,9	4.579,6
Summe	**30.426,1**	**18.295,3**
Gesamt	**31.875,6**	**18.349,9**

ERFOLGSABHÄNGIGE VERGÜTUNG

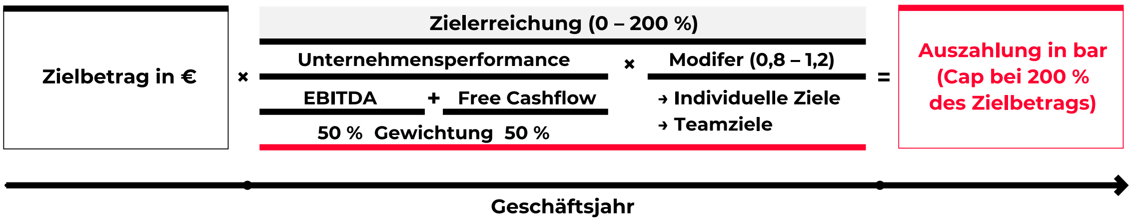
Die erfolgsabhängige Vergütung besteht aus zwei Elementen, einer einjährigen variablen Vergütung (Short Term Incentive) in Form einer jährlichen Bonuszahlung (Performance Bonus) sowie einer mehrjährigen variablen Vergütung (Long Term Incentive) in Form virtueller Aktien der ProSiebenSat.1 Media SE (Performance Share Plan).

SHORT TERM INCENTIVE (PERFORMANCE BONUS)

Der Short Term Incentive ist vom geschäftlichen Erfolg der ProSiebenSat.1 Group im jeweils abgelaufenen Geschäftsjahr abhängig. Er berechnet sich aus den für das Geschäftsjahr festgestellten Zielerreichungen (0 % - 200 %) des EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization) und des Free Cashflow vor M&A (nachfolgend FCF bzw. Free Cashflow genannt), jeweils auf Konzernebene, sowie einem Modifier (0,8 bis 1,2) zur Beurteilung der individuellen sowie kollektiven Leistung der Vorstandsmitglieder. Die finale Auszahlung ist auf maximal 200 Prozent des individuellen Zielbetrags, der jeweils im Dienstvertrag vereinbart wird, begrenzt (Cap).

Der Aufsichtsrat hat die beiden Finanzkennzahlen EBITDA sowie FCF als relevante Zielparameter festgelegt, da sie die erfolgreiche Umsetzung operativer und strategischer Maßnahmen widerspiegeln und somit auf die Ertragskraft der ProSiebenSat.1 Group abzielen. Sie leiten sich aus der Konzernstrategie ab und werden auch im unternehmensinternen Steuerungssystem reflektiert, das zur Erreichung der strategischen Ziele des Konzerns dient. Bei der Kennzahl EBITDA handelt es sich um eine branchenübliche und häufig verwendete operative Ergebnis-Messgröße, welche in der Medienindustrie ein hohes Maß an Vergleichbarkeit mit anderen Unternehmen erlaubt und am Kapitalmarkt regelmäßig auch für Unternehmensbewertungen auf Multiplikator-Basis herangezogen wird. Die Kennzahl FCF ist zudem eine für Aktionär:innen wichtige Messgröße für die aus dem operativen Geschäft und nach Abzug von Investitionen erwirtschafteten liquiden Mittel, die für den Kapitaldienst zur Verfügung stehen. Gleichermaßen ist der FCF ein wichtiger Indikator zur Messung des sogenannten Cash-Returns auf Investitionen und eine gängige Berechnungsgrundlage im Rahmen von Cashflow-basierten Unternehmensbewertungen.

FUNKTIONSWEISE SHORT TERM INCENTIVE



EBITDA AUF KONZERNEBENE

Das EBITDA wird auf Konzernebene im Short Term Incentive mit einer Gewichtung von 50 Prozent berücksichtigt.

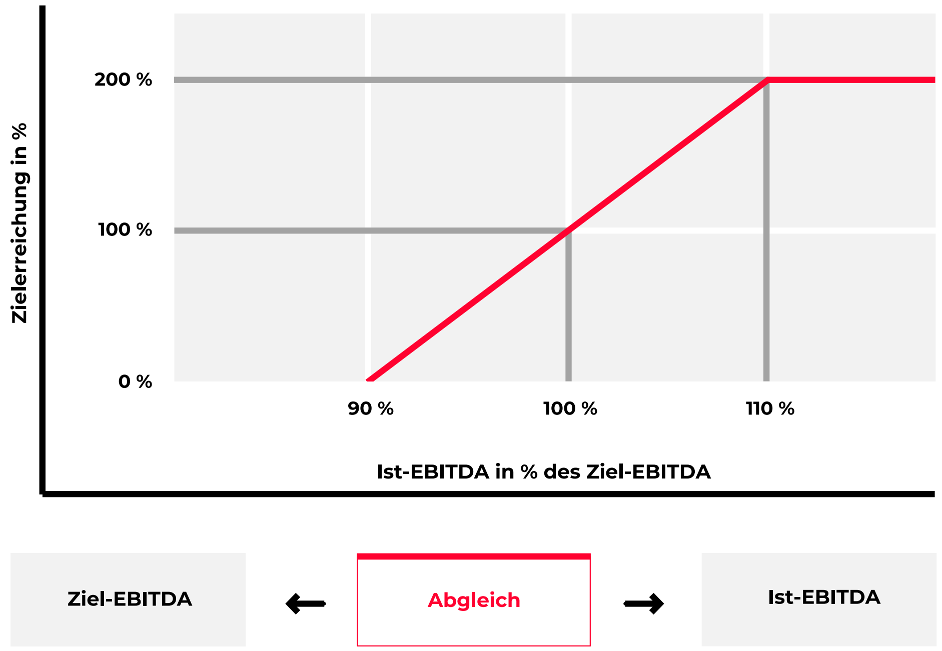
Der Zielwert für das EBITDA-Ziel wird vom Aufsichtsrat jährlich in Euro festgelegt und leitet sich aus der Budgetplanung für die ProSiebenSat.1 Group ab. In der Budgetplanung sind die finanziellen Auswirkungen operativer und strategischer Maßnahmen abgebildet.

Sofern erforderlich, wird das von der ProSiebenSat.1 Media SE berichtete Ist-EBITDA des Konzerns zur Ermittlung der Zielerreichung um Effekte aus wesentlichen Änderungen in der IFRS-Rechnungslegung, aus nicht in der Planung enthaltenen Auswirkungen von innerhalb der Berichtsperiode durchgeführten M&A-Transaktionen sowie aus Bewertungen der konzernweiten mehrjährigen variablen Vergütungspläne bereinigt. Dies erlaubt es dem Aufsichtsrat, möglicherweise verzerrende Effekte bei der Zielerreichung zu korrigieren. Eine weitergehende Anpassung ist nicht vorgesehen.

Zur Messung der Zielerreichung wird das nach dem maßgeblichen geprüften und gebilligten Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE erzielte Ist-EBITDA nach o. g. Bereinigungen mit dem Zielwert für das jeweilige Geschäftsjahr verglichen.

Entspricht das Ist-EBITDA dem Zielwert, beträgt die Zielerreichung 100 Prozent. Bei einer Negativabweichung von 10 Prozent oder mehr vom Ziel-EBITDA beträgt die Zielerreichung 0 Prozent. Für die maximale Zielerreichung von 200 Prozent muss das Ist-EBITDA das Ziel-EBITDA um 10 Prozent oder mehr übersteigen. Zwischenwerte werden linear interpoliert. Die EBITDA-Zielerreichungskurve ist symmetrisch ausgestaltet, einer Zielunter- bzw. -überschreitung wird somit gleichermaßen Rechnung getragen.

ZIELERREICHUNGSKURVE EBITDA



FREE CASHFLOW AUF KONZERNEBENE

Der FCF auf Konzernebene wird im Short Term Incentive ebenfalls mit einer Gewichtung von 50 Prozent berücksichtigt.

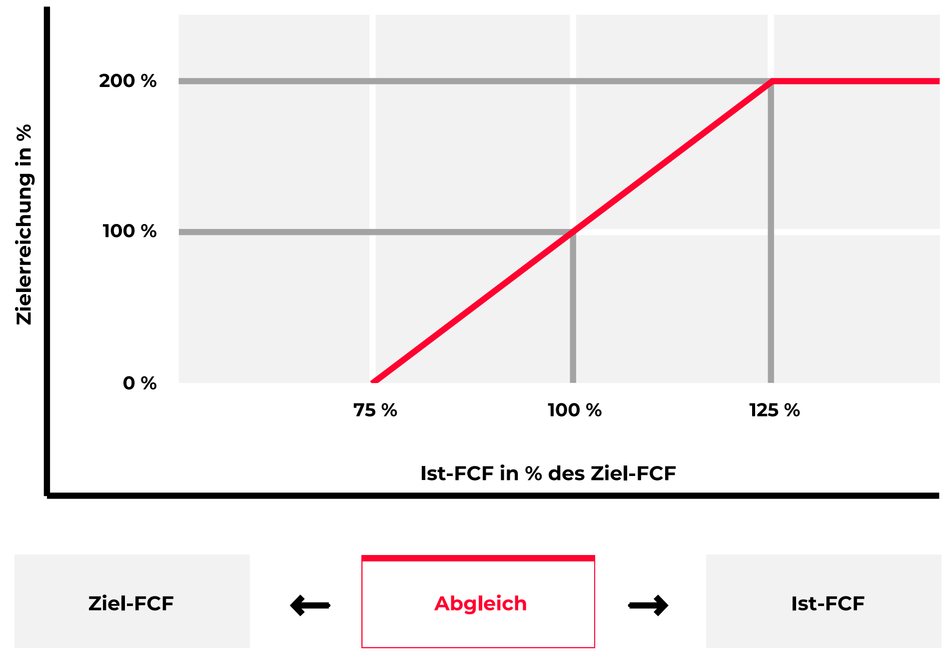
Der Zielwert für das FCF-Ziel wird vom Aufsichtsrat jährlich in Euro festgelegt und leitet sich aus der Budgetplanung für die ProSiebenSat.1 Group ab. In der Budgetplanung sind die finanziellen Auswirkungen operativer und strategischer Maßnahmen abgebildet.

Sofern erforderlich, wird der von der ProSiebenSat.1 Media SE berichtete Ist-FCF des Konzerns zur Ermittlung der Zielerreichung um Effekte aus (i) Akquisitionen und Veräußerungen (d.h. (x) Effekte von Investitionen auf den Free Cashflow aus Investitionstätigkeit durch Akquisitionen und Veräußerungen in vorherigen Geschäftsjahren und (y) Effekte auf den Free Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit und aus Investitionstätigkeit durch neue Akquisitionen und Veräußerungen im betreffenden Geschäftsjahr einschließlich zugehöriger Finanzierungseffekte), und aus (ii) wesentlichen Änderungen in der IFRS-Rechnungslegung bereinigt. Dies erlaubt es dem Aufsichtsrat, möglicherweise verzerrende Effekte bei der Zielerreichung zu korrigieren. Eine weitergehende Anpassung ist nicht vorgesehen.

Zur Messung der Zielerreichung wird der nach dem maßgeblichen geprüften und gebilligten Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE erzielte Ist-FCF nach oben genannten Bereinigungen mit dem Ziel-FCF für das jeweilige Geschäftsjahr verglichen.

Entspricht der Ist-FCF dem Zielwert, beträgt die Zielerreichung 100 Prozent. Bei einer Negativabweichung von 25 Prozent oder mehr vom Ziel-FCF, beträgt die Zielerreichung 0 Prozent. Für die maximale Zielerreichung von 200 Prozent muss der Ist-FCF den Ziel-FCF um 25 Prozent oder mehr übersteigen. Zwischenwerte werden linear interpoliert. Die FCF-Zielerreichungskurve ist symmetrisch ausgestaltet, einer Zielunter- bzw. -überschreitung wird somit gleichermaßen Rechnung getragen.

ZIELERREICHUNGSKURVE FREE CASHFLOW (FCF)



MODIFIER

Zur Bestimmung der individuellen sowie kollektiven Leistung der Vorstandsmitglieder bewertet der Aufsichtsrat auf Basis im Vorfeld fest definierter Kriterien sowohl die Erreichung individueller Ziele als auch den Beitrag der Vorstandsmitglieder zur Erfüllung kollektiver Ziele. Maßgebliche Kriterien können etwa Kund:innenzufriedenheit, Corporate Social Responsibility, Corporate Governance und strategische Projekte, aber auch weitere Finanzkennzahlen des Konzerns bzw. von Segmenten sein. Soweit sich Zielvorgaben auf Finanzkennzahlen der ProSiebenSat.1 Group beziehen, erfolgt die Ermittlung der Zielerreichung auf der Basis des geprüften und gebilligten Konzernabschlusses der ProSiebenSat.1 Media SE für das betreffende Geschäftsjahr. Der hieraus resultierende Modifier zur Anpassung der Höhe des Short Term Incentive kann zwischen 0,8 und 1,2 liegen. Der Modifier hat in seiner Wirkungsweise somit Bonus-Malus-Charakter. Die individuellen und kollektiven Ziele werden in einer Zielvereinbarung zwischen Aufsichtsrat und Vorstand jährlich im Vorfeld vereinbart. Dabei werden in Summe maximal fünf Ziele jährlich festgelegt.

AUSZAHLUNGSZEITPUNKT

Der Short Term Incentive ist jeweils innerhalb eines Monats nach Vorliegen des geprüften und gebilligten Konzernabschlusses für das betreffende Geschäftsjahr im Folgejahr zur Zahlung fällig und wird mit dem nächsten Monatsgehalt ausbezahlt.

LONG TERM INCENTIVE (PERFORMANCE SHARE PLAN)

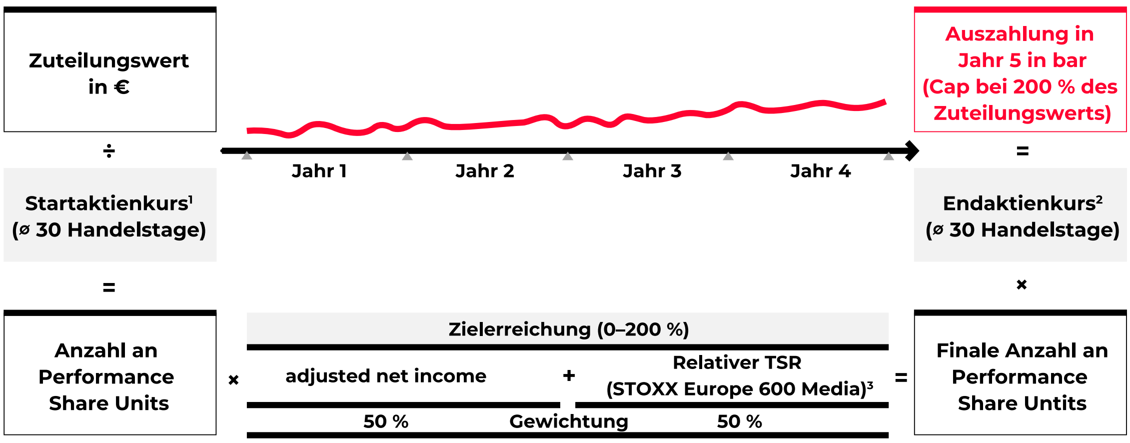
Der Long Term Incentive ist als mehrjährige variable Vergütung in Form virtueller Aktien (Performance Share Units) ausgestaltet. Folglich handelt es sich dabei nicht um Aktienoptionen i.S.d. § 162 Abs. 1 Nr. 3 AktG. Es erfolgt eine Zuteilung in jährlichen Tranchen mit einem jeweils vierjährigen Performance-Zeitraum. Die Auszahlung erfolgt jeweils in bar in Jahr fünf, dem Jahr nach Ablauf des Performance-Zeitraums. Die Gesellschaft hat das Recht, statt der Auszahlung in bar alternativ eine Abwicklung in eigenen Aktien zu wählen und hierzu eine entsprechende Zahl an Aktien der Gesellschaft zu liefern.

Die Auszahlung ist von der Aktienkursentwicklung der ProSiebenSat.1 Media SE sowie einer Zielerreichung auf Basis der internen sowie externen Unternehmensperformance abhängig. Die Unternehmensperformance bestimmt sich zu je 50 Prozent anhand des adjusted net income auf Konzernebene sowie des relativen Total Shareholder Return (TSR – Aktienrendite der ProSiebenSat.1-Aktie relativ zur Aktienrendite der Unternehmen im gewählten Vergleichsindex STOXX Europe 600 Media). Der Performance Share Plan wird in jährlichen Tranchen mit einem Performance-Zeitraum von jeweils vier Jahren aufgelegt.

Die Ermittlung der Unternehmensperformance basiert zum einen auf der Kennzahl adjusted net income. Diese ist eine wichtige operative und strategische Steuerungsgröße des Konzerns und dient unter anderem als Basiskennzahl für die Dividendenpolitik und daraus resultierender Ausschüttungsbeträge und wird von der ProSiebenSat.1 Media SE im Rahmen der regelmäßigen Finanzberichterstattung für die ProSiebenSat.1 Group berichtet. Zum anderen wird die Unternehmensperformance mit Hilfe des relativen TSR ermittelt, welcher die Aktienrendite der ProSiebenSat.1-Aktie zur Aktienrendite einer relevanten Gruppe von Vergleichsunternehmen in Relation setzt. Der relative TSR berücksichtigt die Aktienkursentwicklung und Dividenden an die Aktionär:innen über den vierjährigen Performance-Zeitraum.

Für die Vorstandsmitglieder ist jeweils ein individueller Zuteilungswert im Dienstvertrag festgelegt. Mit Wirkung zum Beginn eines Geschäftsjahres wird auf Basis des Volumen-gewichteten durchschnittlichen XETRA-Schlusskurses der ProSiebenSat.1-Aktie der letzten dreißig Börsenhandelstage vor Beginn des Geschäftsjahres eine dem Zuteilungswert entsprechende Anzahl an Performance Share Units (PSUs) gewährt. Nach Ablauf des vierjährigen Performance-Zeitraums werden die gewährten Performance Share Units mit einem Umrechnungsfaktor, der sich anhand der gewichteten Zielerreichung des adjusted net income und des relativen TSR bestimmt, in eine endgültige Anzahl von Performance Share Units umgerechnet. Der Auszahlungsbetrag je Performance Share Unit entspricht sodann dem Volumen-gewichteten durchschnittlichen XETRA-Schlusskurs der ProSiebenSat.1-Aktie der vorangegangenen dreißig Börsenhandelstage vor Ende des Performance-Zeitraums zuzüglich der im Performance-Zeitraum kumulierten Dividendenzahlungen auf die ProSiebenSat.1-Aktie. Er ist je Tranche auf maximal 200 Prozent des individuellen Zuteilungswerts begrenzt (Cap). Im Falle einer Abwicklung in eigenen Aktien wird der Auszahlungsbetrag auf Grundlage des vorstehenden Durchschnittskurses in eine entsprechende Anzahl eigener Aktien der Gesellschaft umgerechnet, die an die/den Berechtigte:n ausgegeben werden.

FUNKTIONSWEISE PERFORMANCE SHARE PLAN



1 Volumen-gewichteter Durchschnittskurs XETRA-Schlusskurs der ProSiebenSat.1-Aktie über die letzten 30 Börsenhandelstage vor Beginn des Performance-Zeitraums, kaufmännisch gerundet auf zwei Dezimalstellen.
2 Volumen-gewichteter Durchschnittskurs XETRA-Schlusskurs der ProSiebenSat.1-Aktie über die letzten 30 Börsenhandelstage vor Ende des Performance-Zeitraums, kaufmännisch gerundet auf zwei Dezimalstellen, zzgl. kumulierter Dividendenzahlungen auf die ProSiebenSat.1-Aktie.
3 Relativer TSR der Aktie der ProSiebenSat.1 Media SE über den vierjährigen Performance-Zeitraum im Vergleich zu den Unternehmen des STOXX Europe 600 Media.

ADJUSTED NET INCOME AUF KONZERNEBENE

Das adjusted net income auf Konzernebene wird im Performance Share Plan mit einer Gewichtung von 50 Prozent berücksichtigt. Damit sind 50 Prozent der finalen Anzahl an Performance Share Units von der durchschnittlichen Zielerreichung des adjusted net income des Konzerns während des vierjährigen Performance-Zeitraums abhängig.

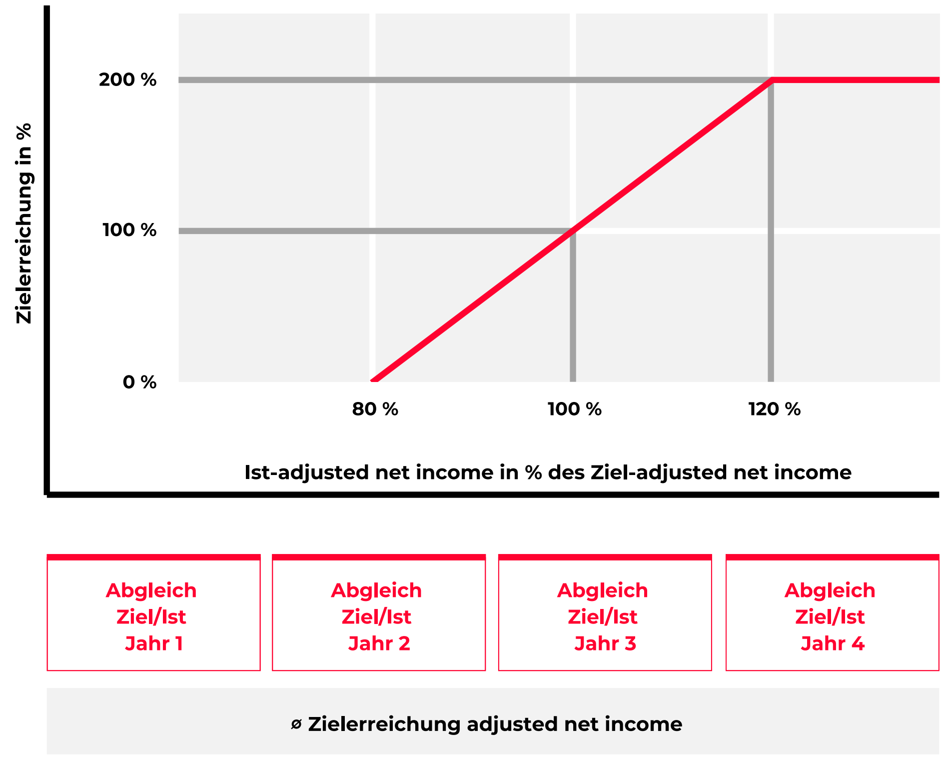
Zur Feststellung der Zielerreichung für das adjusted net income des Konzerns, die sich am Ende der Laufzeit einer Tranche ergibt, wird die durchschnittliche jährliche Zielerreichung des adjusted net income des vierjährigen Performance-Zeitraums herangezogen. Der Zielwert eines jeden Geschäftsjahres des Performance-Zeitraums für das adjusted net income wird vom Aufsichtsrat jährlich in Euro festgelegt und leitet sich aus der Budgetplanung der ProSiebenSat.1 Group ab. In der Budgetplanung sind die finanziellen Auswirkungen operativer und strategischer Maßnahmen abgebildet.

Sofern erforderlich, wird das von der ProSiebenSat.1 Media SE berichtete Ist-adjusted net income des Konzerns zur Ermittlung der Zielerreichung um Effekte aus wesentlichen Änderungen in der IFRS-Rechnungslegung sowie aus nicht in der Planung enthaltenen Auswirkungen von innerhalb der Berichtsperiode durchgeführten M&A-Transaktionen (nebst hierauf bezogener Finanzierungseffekte) bereinigt.

Zur Messung der Zielerreichung wird das nach dem maßgeblichen geprüften und gebilligten Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE tatsächlich erzielte Ist-adjusted net income nach der oben genannten Bereinigung mit dem Ziel-adjusted net income für das jeweilige Geschäftsjahr verglichen.

Entspricht das Ist-adjusted net income dem Zielwert, beträgt die Zielerreichung 100 Prozent. Bei einer Negativabweichung von 20 Prozent oder mehr vom Ziel-adjusted net income beträgt die Zielerreichung 0 Prozent. Für die maximale Zielerreichung von 200 Prozent muss das Ist-adjusted net income das Ziel-adjusted net income um 20 Prozent oder mehr übersteigen. Zwischenwerte werden linear interpoliert. Die adjusted net income-Zielerreichungskurve ist symmetrisch ausgestaltet, einer Zielunter- bzw. -überschreitung wird somit gleichermaßen Rechnung getragen.

ZIELERREICHUNGSKURVE ADJUSTED NET INCOME

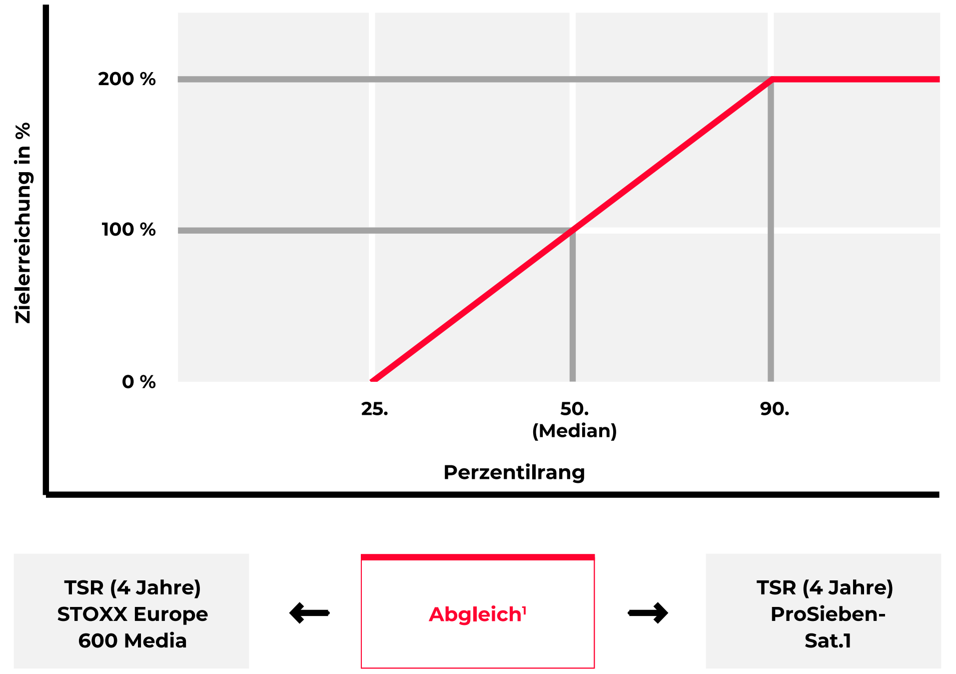


RELATIVER TOTAL SHAREHOLDER RETURN (TSR)

Zusätzlich sind 50 Prozent der finalen Anzahl an Performance Share Units vom relativen TSR der Aktie der ProSiebenSat.1 Media SE über den vierjährigen Performance-Zeitraum im Vergleich zu den Unternehmen des STOXX Europe 600 Media abhängig. Die Unternehmen in diesem Index repräsentieren hinsichtlich der Kenngröße des relativen TSR die relevanten Vergleichswerte zwecks Einordnung der Aktienrendite der ProSiebenSat.1-Aktie relativ zur Aktienrendite dieser Unternehmen im gewählten Vergleichsindex. Zur Ermittlung werden der TSR der ProSiebenSat.1-Aktie und der Aktien der Vergleichsunternehmen in eine Rangreihe gebracht und die relative Positionierung der ProSiebenSat.1 Media SE anhand des erreichten Perzentilrangs ausgedrückt.

Entspricht der erreichte relative TSR der ProSiebenSat.1 Media SE dem Median (50. Perzentil) der Vergleichsgruppe, beträgt die Zielerreichung 100 Prozent. Bei einer Positionierung am 25. Perzentil oder darunter beträgt die Zielerreichung 0 Prozent. Für die maximale Zielerreichung von 200 Prozent muss mindestens das 90. Perzentil erreicht werden. Zwischenwerte werden sowohl im Fall einer positiven als auch einer negativen Abweichung jeweils linear interpoliert.

ZIELERREICHUNGSKURVE RELATIVER TSR



1 Relativer TSR der Aktie der ProSiebenSat.1 Media SE über den vierjährigen Performance-Zeitraum im Vergleich zu den Unternehmen des STOXX Europe 600 Media.

AUSZAHLUNGSZEITPUNKT

Die jeweilige Tranche des Long Term Incentive wird jeweils nach Vorliegen des geprüften und gebilligten Konzernabschlusses für das letzte Geschäftsjahr des vierjährigen Performance-Zeitraums der betreffenden Tranche im Folgejahr ausbezahlt bzw. abgewickelt.

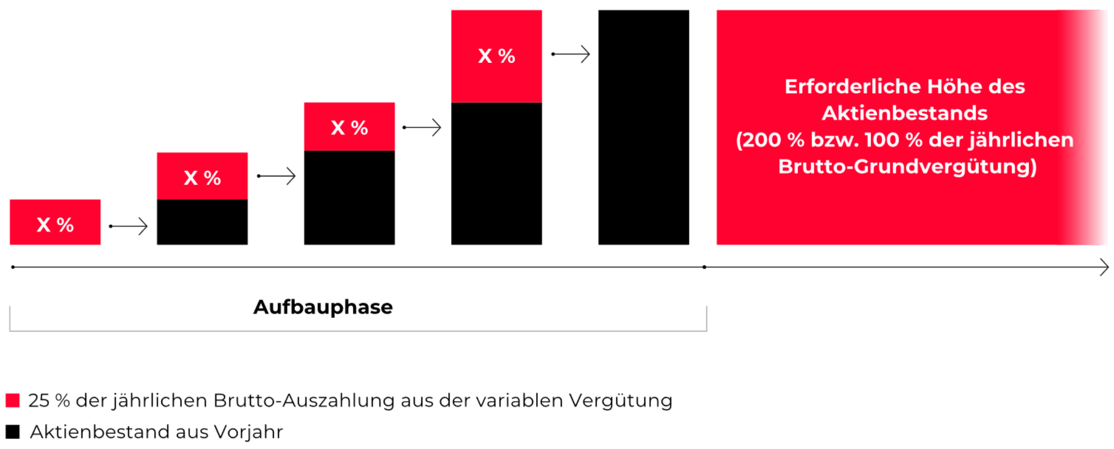
MAXIMALVERGÜTUNG

Gemäß § 87a Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 AktG hat der Aufsichtsrat im von der Hauptversammlung am 1. Juni 2021 gebilligten Vergütungssystem neben den Begrenzungen der einzelnen variablen Vergütungsbestandteile eine Maximalvergütung festgelegt, welche alle Vergütungsbestandteile umfasst. Diese betragsmäßige Höchstgrenze beträgt 7.500.000 Euro für den Vorstandsvorsitzenden/Vorstandssprecher und 4.500.000 Euro für die übrigen Vorstandsmitglieder. Die Maximalvergütung begrenzt die Summe der aus einem Geschäftsjahr resultierenden Auszahlungen aller Vergütungsbestandteile und stellt den maximal zulässigen Rahmen innerhalb des Vergütungssystems dar. Da die Einhaltung der Maximalvergütung vom Zufluss der mehrjährigen erfolgsabhängigen Vergütung (Performance Share Plan) abhängt, kann erst nach Ablauf der jeweils vierjährigen Performance Periode darüber berichtet werden. Auch wenn diese Maximalvergütung noch nicht auf die Vergütung im Geschäftsjahr 2021 anzuwenden ist, ist auf Basis der für das Geschäftsjahr 2021 vertraglich zugesagten Zielvergütungen und den Begrenzungen der variablen Vergütungen sichergestellt, dass die festgelegte Maximalvergütung nicht überschritten werden kann.

VERPFLICHTUNGEN ZUM ERWERB UND ZUM HALTEN VON AKTIEN DER GESELLSCHAFT (SHARE OWNERSHIP GUIDELINES)

Um die Aktienkultur zu stärken und die Interessen von Vorstand und Aktionäre:innen noch stärker anzugleichen, wurden Verpflichtungen zum Erwerb und zum Halten von Aktien der Gesellschaft für die Mitglieder des Vorstands eingeführt. Jedes Vorstandsmitglied ist verpflichtet, insgesamt Aktien der ProSiebenSat.1 Media SE im Wert von 100 Prozent (200 Prozent bei einem etwaigen Vorstandsvorsitzenden) der jährlichen Grundvergütung zu erwerben und mindestens bis zum Ende ihrer Bestellung als Vorstandsmitglied zu halten. Bis zum Erreichen der vorgeschriebenen Höhen sind die Vorstandsmitglieder verpflichtet, mindestens 25 Prozent der jährlichen Brutto-Auszahlung aus dem Short Term Incentive (Performance Bonus) und dem Long Term Incentive (Performance Share Plan) in Aktien der ProSiebenSat.1 Media SE zu investieren.

SHARE OWNERSHIP GUIDELINES



Die Vorstandsmitglieder sind ihrer jeweiligen Erwerbsverpflichtung zum 31. Dezember 2021 nachgekommen. Rainer Beaujean hat seine Gesamt-Investitionsverpflichtung bereits freiwillig direkt bei Eintritt erfüllt. Für Wolfgang Link und Christine Scheffler erfolgte die erstmalige Anwendung mit der Auszahlung des Performance Bonus 2020 im Geschäftsjahr 2021. Nachstehend findet sich eine Übersicht der zum 31. Dezember 2021 getätigten Investitionsbeträge:

INDIVIDUALISIERTER AKTIENBESITZ VOM VORSTAND ZUM 31. DEZEMBER 2021

Vorstandsmitglied	Anzahl Aktien	Investitionsbetrag zum Erwerbszeitpunkt	Investitionsverpflichtung zum 31.12.2021[1]	Gesamt-Investitionsverpflichtung
Rainer Beaujean	195.152	2.498.471 €	261.625 €	1.400.000 €
Wolfgang Link	8.860	152.294 €	90.000 €	800.000 €
Christine Scheffler	5.958	99.304 €	72.000 €	715.000 €

1 Summe aus 25 % der jährlichen Brutto-Auszahlungen aus der variablen Vergütung seit Beginn der jeweiligen Aufbauphase.

Claw-Back-Regelungen; Aufschub der Auszahlung variabler Vergütungsbestandteile/Schadenersatz

Vor dem Hintergrund der Empfehlung G.11 des DCGK in der Fassung vom 16. Dezember 2019 enthalten die Vorstandsverträge der amtierenden Vorstandsmitglieder Claw-back-Regelungen, wonach die Gesellschaft den bereits ausgezahlten Performance Bonus insoweit zurückfordern kann, wie sich der maßgebliche Konzernabschluss nachträglich in einer Weise als unrichtig erweist, die Auswirkungen auf die Ermittlung der Höhe des Performance Bonus für das entsprechende

Geschäftsjahr hat. Im Geschäftsjahr 2021 wurde von der Möglichkeit des Claw-backs kein Gebrauch gemacht.

Im Übrigen sind sämtliche variable Vergütungsbestandteile für Vorstandsmitglieder im Vergütungssystem zukunftsbezogen und werden erst nach Ablauf der Planlaufzeit ausgezahlt. Bis dahin reflektieren sie auch negative Wertveränderungsrisiken zu Lasten der variablen Vergütung.

Schließlich stellen die jeweiligen Dienstverträge klar, dass mögliche Ansprüche der Gesellschaft gegen Vorstandsmitglieder aus § 93 Abs. 2 AktG unberührt bleiben. Demnach sind Vorstandsmitglieder, die ihre Pflichten verletzen, der Gesellschaft zum Ersatz des daraus entstehenden Schadens als Gesamtschuldner verpflichtet.

Zusagen im Zusammenhang mit der Beendigung der Vorstandstätigkeit

REGULÄRE BEENDIGUNG

Im Fall der Beendigung der Vorstandstätigkeit erfolgt die Auszahlung noch offener variabler Vergütungsbestandteile, die auf die Zeit bis zur Vertragsbeendigung entfallen, nach den ursprünglich vereinbarten Zielen und erst nach Ablauf der regulären Performance-Perioden.

VORZEITIGE BEENDIGUNG OHNE WICHTIGEN GRUND

Für den Fall der vorzeitigen Beendigung des Dienstverhältnisses durch die Gesellschaft ohne wichtigen Grund i. S. des § 626 BGB beinhalten die Vorstandsverträge eine Abfindungszusage in Höhe von zwei Jahres-Gesamtvergütungen i. S. v. Empfehlung G.13 DCGK in der Fassung vom 16. Dezember 2019, maximal jedoch in Höhe der Vergütung, die bis zum Vertragslaufzeitende zu zahlen wäre.

VORZEITIGE BEENDIGUNG BEI CHANGE OF CONTROL

Für den Fall eines Kontrollwechsels bei der Gesellschaft enthalten die Vorstandsverträge sogenannte Change-of-Control-Klauseln. Ein Kontrollwechsel im Sinne der Vorstandsverträge ist gegeben, (i) wenn ein Kontrollerwerb im Sinne des Übernahmerechts gemäß §§ 10, 29, 30, 35, 39 WpÜG vorliegt, d.h. ein:e Erwerber:in mindestens 30 Prozent der Stimmrechte der Gesellschaft erwirbt, (ii) bei Vollzug einer Verschmelzung der Gesellschaft mit der Gesellschaft als übertragendem Rechtsträger gemäß §§ 2 ff. oder §§ 122a ff. UmwG oder (iii) bei Inkrafttreten eines Beherrschungsvertrags gemäß § 291 AktG (auch in Verbindung mit einem Gewinnabführungsvertrag) mit der Gesellschaft als abhängigem Unternehmen. Im Falle eines Kontrollwechsels hatten die Vorstandsmitglieder bis einschließlich zum 30. September 2021 das Recht, den Vorstandsvertrag mit einer Frist von drei Monaten zum Monatsende zu kündigen und das Vorstandsamt niederzulegen, sofern es im Zusammenhang mit dem Kontrollwechsel zu einer erheblichen Beeinträchtigung der Stellung des Vorstandsmitglieds kommt. Bei wirksamer Ausübung dieses Kündigungsrechts hätte das Vorstandsmitglied eine Barabfindung erhalten, die in voller Höhe auf eine etwaige Karenzentschädigung anzurechnen gewesen wäre. Die Barabfindung hätte drei – bei Wolfgang Link und Christine Scheffler jeweils zwei – Jahresvergütungen, höchstens jedoch der Vergütung für die Restlaufzeit des Dienstvertrages abgezinst auf den Beendigungszeitpunkt entsprochen. Für Zwecke der Barabfindung ist als Jahresvergütung grundsätzlich die dem Vorstandsmitglied für das letzte abgeschlossene Geschäftsjahr vertraglich zustehende Summe aus der festen Vergütung, dem Performance Bonus, den mehrjährigen Vergütungsbestandteilen und der Zuführung zur Altersversorgung anzusetzen. Im Geschäftsjahr 2021 kam die Change-of-Control-Klausel nicht zur Anwendung.

Das neue Vorstandsvergütungssystem, welches auf der Hauptversammlung am 1. Juni 2021 mit einer breiten Mehrheit von rund 96 Prozent gebilligt wurde, wird bei Neuabschlüssen sowie Vertragsverlängerungen mit Wirksamkeit im Geschäftsjahr 2022 zur Anwendung kommen. Die Change-of-Control-Klausel wurde dahingehend angepasst, dass das Vorstandsmitglied im Falle der

Ausübung des Sonderkündigungsrechts im Zuge eines Kontrollwechsels zukünftig keinen Anspruch mehr auf Zahlung einer Abfindung hat.

NACHVERTRAGLICHES WETTBEWERBSVERBOT

Für alle Vorstandsmitglieder wurde ein nachvertragliches Wettbewerbsverbot für die Dauer von einem Jahr nach Beendigung des Dienstvertrags vereinbart.

Sofern das nachvertragliche Wettbewerbsverbot zur Anwendung kommt, erhalten die Vorstandsmitglieder für die Dauer des nachvertraglichen Wettbewerbsverbots eine monatliche Karenzentschädigung, die jeweils 1/12 von 75 Prozent der von ihnen zuletzt bezogenen Jahresvergütung beträgt. Für Zwecke der Karenzentschädigung ist als Jahresvergütung die Summe aus Grundvergütung, Performance Bonus sowie gegebenenfalls zusätzlich gewährte mehrjährige Vergütungsbestandteile anzusetzen. Bei der Berechnung ist für den Performance Bonus eine Zielerreichung von 100 Prozent und ein Modifier von 1 zu unterstellen und bei mehrjährigen Vergütungsbestandteilen der Wert bei Zuteilung, bzw., sofern keine jährliche Zuteilung erfolgt, der anteilig auf ein Jahr der Planlaufzeit entfallende Wert bei Zuteilung zugrunde zu legen. Ein durch eigene Arbeitskraft während der Dauer des Wettbewerbsverbots erworbenes Einkommen ist auf die Karenzentschädigung insoweit anzurechnen, als es – bezogen auf ein Jahr – 50 Prozent der zuletzt bezogenen Jahresvergütung übersteigt. Die Gesellschaft kann vor Beendigung des Vertrages auf das Wettbewerbsverbot verzichten; in diesem Fall besteht der Anspruch auf Karenzentschädigung nur für den Zeitraum zwischen Beendigung des Vertrages und dem Ablauf von sechs Monaten nach Zugang der Verzichtserklärung. Im Übrigen gelten die §§ 74 ff. HGB entsprechend.

Die folgende Tabelle zeigt die Nettobarwerte der für das nachvertragliche Wettbewerbsverbot zahlbaren Entschädigungen. Es handelt sich hierbei um die Barwerte der Beträge, die in dem angenommenen Fall gezahlt würden, falls Vorstandsmitglieder das Unternehmen zum regulären Ende ihrer jeweiligen aktuellen Vertragslaufzeit verlassen würden und die vertragsgemäßen Leistungen, die sie unmittelbar vor Beendigung des Dienstvertrages beziehen, gleich hoch sind wie die zuletzt bezogene Jahresvergütung. Es ist davon auszugehen, dass die tatsächlichen Entschädigungen für das nachvertragliche Wettbewerbsverbot von den hier dargestellten Beträgen abweichen werden. Dies hängt vom genauen Zeitpunkt der Beendigung des Dienstvertrages sowie von der Vergütungshöhe zu diesem Zeitpunkt ab.

KARENZENTSCHÄDIGUNG
in Tsd Euro

	Vertragslaufzeit	Nettobarwert der Karenzentschädigung[1]
Rainer Beaujean[2]	30.06.2022	2.623,7
Wolfgang Link	31.03.2023	1.496,6
Christine Scheffler	31.03.2023	1.337,6
Summe		**5.457,9**

1 Für diese Berechnung wurden die folgenden Abzinsungssätze nach IAS 19 verwendet: Rainer Beaujean 0,10 %, Wolfgang Link 0,18 % und Christine Scheffler 0,18 %.
2 Der Vorstandsvertrag von Rainer Beaujean wurde am 16. Dezember 2021 mit Wirkung zum 1. Juli 2022 um fünf Jahre verlängert. Unter Berücksichtigung der neuen Vertragslaufzeit und Vergütung ergäbe sich zum Bewertungsstichtag 31. Dezember 2021 eine Karenzentschädigung in Höhe von 2,9 Mio Euro.

MANDATSBEZÜGE

Sofern ein Vorstandsmitglied Bezüge für die Wahrnehmung von Aufsichtsratsmandaten in konzernverbundenen Unternehmen erhält, werden diese Bezüge angerechnet. Als konzernverbundene Unternehmen gelten alle Unternehmen, an denen die ProSiebenSat.1 Media SE beteiligt ist. Im Geschäftsjahr 2021 haben die Vorstandsmitglieder keine Bezüge für die Wahrnehmung von Aufsichtsratsmandaten in konzernverbundenen Unternehmen erhalten.

INDIVIDUELLE VERGÜTUNG DES VORSTANDS FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2021

Zielvergütung

Für die im Geschäftsjahr 2021 amtierenden Vorstandsmitglieder wurden folgende individuellen Zielvergütungshöhen und -verteilungen festgesetzt. Dabei liegt der in der Tabelle ausgewiesenen einjährigen und mehrjährigen variablen Vergütung jeweils eine theoretische Zielerreichung von 100 Prozent zugrunde.

ZIELVERGÜTUNG

	Rainer Beaujean Vorstandssprecher & Finanzvorstand (Mitglied des Vorstands seit 07/2019)				**Wolfgang Link**[1] Mitglied des Vorstands & CEO Seven.One Entertainment Group (Mitglied des Vorstands seit 03/2020)				**Christine Scheffler**[1] Mitglied des Vorstands & Chief Human Resources Officer (Mitglied des Vorstands seit 03/2020)			
	2021		2020		**2021**		2020		**2021**		2020	
	in Tsd Euro	in %	in Tsd Euro	in %	in Tsd Euro	in %	in Tsd Euro	in %	in Tsd Euro	in %	in Tsd Euro	in %
Grundvergütung	1.400,0	37 %	1.295,0	37 %	800,0	37 %	600,0	37 %	683,8	37 %	480,0	37 %
+ Nebenleistungen	24,0	1 %	26,5	1 %	8,8	0 %	6,2	0 %	5,0	0 %	1,5	0 %
= Summe feste Vergütung	**1.424,0**	**38 %**	**1.321,5**	**38 %**	**808,8**	**37 %**	**606,2**	**37 %**	**688,8**	**37 %**	**481,5**	**37 %**
+ Einjährige variable Vergütung												
Performance Bonus für 2020	—	—	647,5	19 %	—	—	300,0	18 %	—	—	240,0	18 %
Performance Bonus für 2021	700,0	18 %	—	—	400,0	18 %	—	—	341,9	19 %	—	—
+ Mehrjährige variable Vergütung												
Performance Share Plan (2020-2023)	—	—	1.295,0	37 %	—	—	600,0	37 %	—	—	480,0	37 %
Performance Share Plan (2021-2024)	1.400,0	37 %	—	—	800,0	37 %	—	—	683,8	37 %	—	—
+ bAV-Dienstzeitaufwand	272,9	7 %	193,4	6 %	153,9	7 %	127,2	8 %	124,8	7 %	103,2	8 %
= Gesamtvergütung	**3.796,9**	**100 %**	**3.457,4**	**100 %**	**2.162,7**	**100 %**	**1.633,4**	**100 %**	**1.839,2**	**100 %**	**1.304,7**	**100 %**

1 Wolfgang Link und Christine Scheffler sind mit Wirkung zum 26.03.2020 zum Mitglied des Vorstands bestellt worden, ihre Anstellungsverträge traten mit Wirkung zum 01.04.2020 in Kraft.

GEWÄHRTE UND GESCHULDETE VERGÜTUNG

Die folgende Tabelle stellt gemäß § 162 Abs. 1 AktG einen Ausweis der im Geschäftsjahr 2021 gewährten und geschuldeten Vergütung dar. Um die Kongruenz zwischen den veröffentlichten Geschäftsergebnissen des Geschäftsjahres 2021 und der daraus resultierenden Vergütung herzustellen („Pay for Performance"), wird bei den variablen Vergütungsbestandteilen auf die Vergütung abgestellt, die für die Leistungserbringung im Geschäftsjahr 2021 geschuldet ist, unabhängig vom tatsächlichen Zeitpunkt des Zuflusses. Somit wird an dieser Stelle der Performance Bonus 2021 und der Performance Share Plan 2018 ausgewiesen, deren Leistungserbringung zwar im Geschäftsjahr 2021 abgeschlossen wurde, die Auszahlung aber erst im Geschäftsjahr 2022 erfolgen wird. Der Dienstzeitaufwand für die betriebliche Altersversorgung wird im Rahmen einer zusätzlichen Summe als Gesamtvergütung ausgewiesen, obwohl er keine gewährte und geschuldete Vergütung im engeren Sinne darstellt.

GEWÄHRTE UND GESCHULDETE VERGÜTUNG

	Rainer Beaujean				Wolfgang Link[1]				Christine Scheffler[1]			
	Vorstandssprecher & Finanzvorstand				Mitglied des Vorstands & CEO Seven.One Entertainment Group				Mitglied des Vorstands & Chief Human Resources Officer			
	(Mitglied des Vorstands seit 07/2019)				(Mitglied des Vorstands seit 03/2020)				(Mitglied des Vorstands seit 03/2020)			
	2021		2020		**2021**		2020		**2021**		2020	
	in Tsd Euro	in %	in Tsd Euro	in %	in Tsd Euro	in %	in Tsd Euro	in %	in Tsd Euro	in %	in Tsd Euro	in %
Grundvergütung	1.400,0	50 %	1.295,0	62 %	800,0	50 %	600,0	62 %	683,8	50 %	480,0	62 %
+ Nebenleistungen	24,0	1 %	26,5	1 %	8,8	1 %	6,2	1 %	5,0	0 %	1,5	0 %
= Summe feste Vergütung	**1.424,0**	**50 %**	**1.321,5**	**63 %**	**808,8**	**50 %**	**606,2**	**63 %**	**688,8**	**50 %**	**481,5**	**63 %**
+ Einjährige variable Vergütung												
Performance Bonus für 2020	—	—	777,0	37 %	—	—	360,0	37 %	—	—	288,0	37 %
Performance Bonus für 2021	1.400,0	50 %	—	—	800,0	50 %	—	—	683,8	50 %	—	—
+ Mehrjährige variable Vergütung												
Group Share Plan (2017-2020)[2]	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Performance Share Plan (2018-2021)[2]	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
= Summe gewährte und geschuldete Vergütung (i.S.v. § 162 AktG)	**2.824,0**	**100 %**	**2.098,5**	**100 %**	**1.608,8**	**100 %**	**966,2**	**100 %**	**1.372,6**	**100 %**	**769,5**	**100 %**
+ bAV-Dienstzeitaufwand	272,9	—	193,4	—	153,9	—	127,2	—	124,8	—	103,2	—
= Gesamtvergütung	**3.096,9**	**—**	**2.291,9**	**—**	**1.762,7**	**—**	**1.093,4**	**—**	**1.497,4**	**—**	**872,7**	**—**

1 Wolfgang Link und Christine Scheffler sind mit Wirkung zum 26.03.2020 zum Mitglied des Vorstands bestellt worden, ihre Anstellungsverträge traten mit Wirkung zum 01.04.2020 in Kraft.
2 Die im Geschäftsjahr 2021 amtierenden Vorstandsmitglieder haben in ihrer Funktion als Vorstand nicht am Group Share Plan 2017 und am Performance Share Plan 2018 teilgenommen.

Alle festen und variablen Vergütungsbestandteile der Vorstandsmitglieder entsprechen dem im Geschäftsjahr 2021 gültigen Vergütungssystem.

Variable Vergütung – Detaillierte Angaben zur Zielerreichung

PERFORMANCE BONUS

Der Performance Bonus berechnet sich aus den für das Geschäftsjahr festgestellten Zielerreichungen (0 % – 200 %) des EBITDA und des FCF, jeweils auf Konzernebene, sowie einem Modifier (0,8 bis 1,2) zur Beurteilung der individuellen sowie kollektiven Leistung der Vorstandsmitglieder. Die finale Auszahlung ist auf maximal 200 Prozent des individuellen Zielbetrags, der jeweils im Dienstvertrag vereinbart wird, begrenzt (Cap).

Der Aufsichtsrat hat für das Geschäftsjahr 2021 folgende Zielerreichung im Hinblick auf EBITDA und FCF festgestellt, wobei beide jeweils mit einer Gewichtung von 50 Prozent berücksichtigt wurden:

ZIELPARAMETER PERFORMANCE BONUS 2021 IN MIO EURO

	Gewichtung	0 %-Zielwert	**100 %-Zielwert**	200 %-Zielwert	IST-Wert GJ 2021 (vor Bereinigung)	**IST-Wert GJ 2021 (nach Bereinigung)**	Zielerreichung
EBITDA auf Konzernebene	50 %	637,3	708,1	779,0	804,3	814,3	200,0 %
Free Cashflow (FCF) auf Konzernebene	50 %	70,2	93,6	117,1	275,1	276,1	200,0 %
Gewichtete Zielerreichung	**100 %**						**200,0 %**

Der Aufsichtsrat hat für das Geschäftsjahr 2021 zur Ermittlung der Zielerreichung in den Zielparametern EBITDA auf Konzernebene und FCF auf Konzernebene im Wesentlichen materielle Sondereffekte aus M&A-Aktivitäten, vor allem dem Verkauf der Portfoliounternehmen Amorelie und Gravitas Ventures, bereinigt.

Für den Modifier im Geschäftsjahr 2021 hat der Aufsichtsrat mit den Vorständen als kollektive Ziele die Erreichung eines Return on Capital Employed der ProSiebenSat.1 Gruppe (P7S1 ROCE) in Höhe von 10,6 Prozent sowie als ESG-Ziel die Reduktion der CO_2-Emissionen um 15 Prozent im Vergleich zu 2019 festgelegt. Darüber hinaus wurde mit Rainer Beaujean als individuelles Ziel die Erreichung eines Außenumsatzes auf Konzernebene in Höhe von 4.407,8 Mio Euro, mit Wolfgang Link die Erreichung eines Außenumsatzes des Entertainment-Segments in Höhe von 2.345,8 Mio Euro und mit Christine Scheffler die Maßnahmenumsetzung und Wirksamkeitsprüfung in Bezug auf das Compliance Management System vereinbart.

Auf Basis des geprüften und gebilligten Konzernabschlusses und nach Bewertung der individuellen Leistung hat der Aufsichtsrat den Modifier zur Anpassung des Performance Bonus bei Rainer Beaujean mit 1,2, bei Wolfgang Link mit 1,2 und bei Christine Scheffler mit 1,2 bewertet.

ZIELERREICHUNG MODIFIER 2021

Vorstands-mitglied	Ziele	Gewichtung	Modifier-Range 0,8	Modifier-Range 1,0	Modifier-Range 1,2	Ziel-erreichung	Zielerreichung Modifier
Rainer Beaujean	Return on Capital Employed	33,3 %	9,0 %	10,6 %	12,2 %	14,1 %	1,2
	Reduktion der CO_2-Emissionen	33,3 %	10,0 %	15,0 %	20,0 %	57,0 %	1,2
	Außenumsatz auf Konzernebene in Mio Euro	33,3 %	4.187,4	4.407,8	4.628,2	4.497,8	1,1
Wolfgang Link	Return on Capital Employed	33,3 %	9,0 %	10,6 %	12,2 %	14,1 %	1,2
	Reduktion der CO_2-Emissionen	33,3 %	10,0 %	15,0 %	20,0 %	57,0 %	1,2
	Außenumsatz des Entertainment-Segments in Mio Euro	33,3 %	2.228,5	2.345,8	2.463,1	2.524,2	1,2
Christine Scheffler	Return on Capital Employed	33,3 %	9,0 %	10,6 %	12,2 %	14,1 %	1,2
	Reduktion der CO_2-Emissionen	33,3 %	10,0 %	15,0 %	20,0 %	57,0 %	1,2
	Compliance Management System	33,3 %	Nicht eingeführt	Maßnahmen-implementierung nach erfolgter Risikoanalyse sowie Start der Wirksamkeitsprüfung	Vollständig eingeführt	Vollständig eingeführt	1,2

Unter Berücksichtigung der Zielerreichungen für EBITDA und FCF sowie des Modifiers resultiert folgende Gesamt-Zielerreichung des Performance Bonus im Geschäftsjahr 2021:

GESAMT-ZIELERREICHUNG PERFORMANCE BONUS 2021

Vorstandsmitglied	Zielbetrag in Tsd Euro	Zielerreichung EBITDA auf Konzernebene	Zielerreichung Free Cashflow (FCF) auf Konzernebene	Modifier	Gesamtziel-erreichung	Auszahlungs-betrag in Tsd Euro
Rainer Beaujean	700,0	200,0 %	200,0 %	1,2	200,0 %	1.400,0
Wolfgang Link	400,0	200,0 %	200,0 %	1,2	200,0 %	800,0
Christine Scheffler	341,9	200,0 %	200,0 %	1,2	200,0 %	683,8

PERFORMANCE SHARE PLAN

Der Performance Share Plan wurde den Vorstandsmitgliedern erstmalig im Geschäftsjahr 2018 zugeteilt und löste den bis einschließlich für das Geschäftsjahr 2017 als Long Term Incentive geltenden Group Share Plan ab. Die im Geschäftsjahr 2021 amtierenden Vorstandsmitglieder haben in ihrer Funktion als Vorstand nicht am Group Share Plan 2017 und am Performance Share Plan 2018 teilgenommen. Im Geschäftsjahr 2021 wurde eine neue Tranche des Performance Share Plans an die Vorstandsmitglieder zugeteilt. Die Zielerreichung bestimmt sich zu je 50 Prozent anhand des adjusted net income auf Konzernebene sowie des relativen Total Shareholder Return (TSR). Die Wertentwicklung der daraus resultierenden Anzahl an Performance Share Units ist von der

absoluten Aktienkursentwicklung der ProSiebenSat.1-Aktie sowie den Dividendenzahlungen während des Performance-Zeitraums abhängig.

Mit Ablauf des Geschäftsjahres 2021 endet der Performance-Zeitraum der Tranche 2018. Dabei wurden folgende Zielerreichungen für das adjusted net income auf Konzernebene sowie den relativen TSR festgestellt:

ZIELPARAMETER PERFORMANCE SHARE PLAN 2018

in Mio Euro

	Gewichtung	0 %-Zielwert	**100 %-Zielwert**	200 %-Zielwert	IST-Wert GJ 2021 (vor Bereinigung)	**IST-Wert GJ 2021 (nach Bereinigung)**	Zielerreichung
adjusted net income auf Konzernebene	50 %						
2018		447,7	559,6	671,5	540,8	546,6	88,4 %
2019		332,0	415,0	498,0	386,7	388,0	67,5 %
2020		216,4	270,5	324,6	221,3	202,8	0,0 %
2021		197,9	247,4	296,9	362,3	363,4	200,0 %
Gewichtete Zielerreichung adjusted net income							89,0 %
relativer Total Shareholder Return (TSR)	50 %	25. Perzentilrang	50. Perzentilrang	90. Perzentilrang	11. Perzentilrang	—	0,0 %
Gewichtete Gesamt-Zielerreichung	**100 %**						**44,5 %**

Die Zielerreichung für das adjusted net income entspricht dem Durchschnitt der jährlichen Zielerreichung für die vier Geschäftsjahre der jeweiligen Planlaufzeit. Zum Jahresende 2021 stehen die Performance Share Pläne aus dem Jahr 2018 (mit der Performance-Periode 2018 bis 2021), aus dem Jahr 2019 (mit der Performance-Periode 2019 bis 2022), aus dem Jahr 2020 (mit der Performance-Periode 2020 bis 2023) und aus dem Jahr 2021 (mit der Performance Periode 2021 bis 2024) aus. Die jeweilige Zielerreichung für das Geschäftsjahr 2018 beträgt 88 Prozent (für Performance Share Plan 2018), für das Geschäftsjahr 2019 68 Prozent (für Performance Share Pläne 2018 und 2019) für das Geschäftsjahr 2020 0 Prozent (für Performance Share Pläne 2018, 2019 und 2020) und für das Geschäftsjahr 2021 200 Prozent (für die Performance Share Pläne 2018, 2019, 2020 und 2021). Der relative TSR berücksichtigt die Aktienkursentwicklung über den vierjährigen Performance-Zeitraum und kann erst am Ende des vierjährigen Performance-Zeitraums gemessen werden.

Die endgültige Zielerreichung im Hinblick auf das adjusted net income auf Konzernebene und den relativen TSR für die vierjährige Performance-Periode der Performance Share Pläne 2019, 2020 und 2021 kann erst nach Abschluss des letzten Geschäftsjahres des jeweiligen vierjährigen Performance-Zeitraums ermittelt werden.

Die folgende Tabelle zeigt eine Übersicht der im Geschäftsjahr 2021 laufenden Tranchen des Performance Share Plans:

ÜBERSICHT DER ZUGETEILTEN TRANCHEN DES PERFORMANCE SHARE PLANS (PSP)

		Beizulegender Zeitwert zum Zeitpunkt der Zuteilung in Tsd Euro	Zielbetrag in Tsd Euro	Startkurs ProSiebenSat.1 -Aktie	Anzahl bedingt gewährter Performance Share Units	Ermittlung des Auszahlungsbetrags: Gesamtzielerreichung[1]	Finale Anzahl Performance Share Units	Endkurs ProSiebenSat.1 -Aktie	Summe ausbezahlte Dividenden	Auszahlungsbetrag in Tsd Euro
PSP 2018 (01.01.2018 - 31.12.2021)	Max Conze	857,5	857,5	24,90 €	34.438	44,5 %	15.319	13,65 €	3,61 €	264,4
	Conrad Albert	1.100,0	1.100,0		44.177		19.650			339,2
	Dr. Jan Kemper	980,0	980,0		39.358		17.507			302,2
	Sabine Eckhardt	810,0	810,0		32.531		14.470			249,8
	Jan David Frouman	810,0	810,0		32.531		14.470			249,8
PSP 2019 (01.01.2019 - 31.12.2022)	Rainer Beaujean	490,0	490,0	16,91 €	28.977	Der Performance-Zeitraum der Tranche 2019 endet am 31.12.2022.				
	Max Conze	1.470,0	1.470,0		86.931					
	Conrad Albert	1.100,0	1.100,0		65.051					
	Jan David Frouman	810,0	810,0		47.901					
PSP 2020 (01.01.2020 - 31.12.2023)	Rainer Beaujean[2]	980,0	980,0	13,59 €	72.112	Der Performance-Zeitraum der Tranche 2020 endet am 31.12.2023.				
		315,0	315,0	8,67 €	36.333					
	Wolfgang Link[3]	600,0	600,0		69.205					
	Christine Scheffler[3]	480,0	480,0		55.364					
	Conrad Albert	366,7	366,7	13,59 €	26.981					
PSP 2021 (01.01.2021 - 31.12.2024)	Rainer Beaujean	1.400,0	1.400,0	13,10 €	106.871	Der Performance-Zeitraum der Tranche 2021 endet am 31.12.2024.				
	Wolfgang Link	800,0	800,0		61.069					
	Christine Scheffler	683,8	683,8		52.195					

1 Die Gesamtzielerreichung ergibt sich aus dem adjusted net income auf Konzernebene sowie dem relativen Total Shareholder Return, jeweils gewichtet mit 50 Prozent.
2 Im Zuge der unterjährigen Vergütungsanpassung wurde für Zwecke der Ermittlung des relevanten Aktienkurses der 31. März 2020 als Stichtag festgelegt.
3 Wolfgang Link und Christine Scheffler verfügen zudem über PSUs aus ihrer Tätigkeit vor der Zugehörigkeit zum Vorstand, die ihnen nicht als Vergütung für ihre Funktion als Vorstand gewährt worden sind und daher auch nicht in der Übersicht aufgeführt werden.

SONSTIGE VERGÜTUNGSBESTANDTEILE

Die Gesellschaft hat den Mitgliedern des Vorstands weder Darlehen gewährt noch Bürgschaften oder Gewährleistungen übernommen. Die Vorstandsmitglieder haben keine Leistungen von Dritten erhalten.

GEWÄHRTE UND GESCHULDETE VERGÜTUNG DER EHEMALIGEN MITGLIEDER DES VORSTANDS

Die gewährte und geschuldete Vergütung für ehemalige Mitglieder des Vorstands im Geschäftsjahr 2021 betrug 2,5 Mio Euro (Vorjahr: 10,1 Mio Euro). Darin enthalten ist die Auszahlung von 183.035 Performance Share Units aus dem Performance Share Plan 2018 in Höhe von 1,4 Mio Euro (Vorjahr: 1,3 Mio Euro) die sich wie folgt zusammensetzt: Max Conze 0,3 Mio Euro, Conrad Albert 0,3 Mio Euro, Dr. Jan Kemper 0,3 Mio Euro, Sabine Eckhardt 0,2 Mio Euro und Jan David Frouman 0,2 Mio Euro. Darüber hinaus wurden an ehemalige Mitglieder des Vorstands Versorgungsleistungen in Höhe von 1,1 Mio Euro (Vorjahr: 0,8 Mio Euro) gezahlt, von denen 0,5 Mio Euro auf Thomas Ebeling entfallen. In diesem Betrag sind Versorgungsleistungen aus Entgeltumwandlungen in Höhe von 0,4 Mio Euro enthalten. Weitere 0,6 Mio Euro wurden an ehemalige Vorstandsmitglieder gezahlt, deren Austritt aus dem Unternehmen über zehn Jahre zurück liegt und deren Angaben gemäß § 162 Abs. 5 AktG daher nicht personenindividuell gemacht werden. In diesem Betrag sind Versorgungsleistungen aus Entgeltumwandlungen in Höhe von 0,2 Mio Euro enthalten. Die Pensionsrückstellungen für frühere Vorstandsmitglieder betrugen zum 31. Dezember 2021 nach IFRS 30,4 Mio Euro (Vorjahr: 27,9 Mio Euro).

VERGÜTUNG DES AUFSICHTSRATS

Struktur und Bestandteile der Aufsichtsratsvergütung

Die Vergütung des Aufsichtsrats ist in § 14 der Satzung der ProSiebenSat.1 Media SE geregelt und wurde in ihrer derzeit geltenden Fassung am 21. Mai 2015 durch die Hauptversammlung beschlossen. Unter Berücksichtigung des Gesetzes zur Umsetzung der zweiten Aktionärsrechterichtlinie (ARUG II) und dem überarbeiteten § 113 Abs. 3 AktG ist bei börsennotierten Gesellschaften mindestens alle vier Jahre über die Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder erneut Beschluss zu fassen. Auf der Hauptversammlung am 1. Juni 2021 ist die Beschlussfassung über die Bestätigung der Vergütung für die Mitglieder des Aufsichtsrats mit einer breiten Mehrheit von rund 99 Prozent erfolgt.

Die Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder ist entsprechend der überwiegenden Marktpraxis bei börsennotierten Gesellschaften in Deutschland als reine Festvergütung zuzüglich eines Sitzungsgeldes ausgestaltet. Erfolgsabhängige Bestandteile sind nicht enthalten. Vorstand und Aufsichtsrat sind der Auffassung, dass eine reine Festvergütung der Aufsichtsratsmitglieder am besten geeignet ist, die Unabhängigkeit des Aufsichtsrats zu stärken und der unabhängig vom Unternehmenserfolg zu erfüllenden Beratungs- und Überwachungsfunktion des Aufsichtsrats Rechnung zu tragen. Höhe und Ausgestaltung der Aufsichtsratsvergütung stellen sicher, dass die Gesellschaft in der Lage ist, qualifizierte Kandidat:innen für eine Mitgliedschaft im Aufsichtsrat der Gesellschaft zu gewinnen; hierdurch trägt die Aufsichtsratsvergütung nachhaltig zur Förderung der Geschäftsstrategie sowie zur langfristigen Entwicklung der Gesellschaft bei. Die Vergütungsregelung berücksichtigt insbesondere auch Empfehlung G.17 und Anregung G.18 Satz 1 DCGK in seiner Fassung vom 16. Dezember 2019, wonach zum einen bei der Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder der höhere zeitliche Aufwand des/der Vorsitzenden und des/der stellvertretenden Vorsitzenden des Aufsichtsrats sowie des/der Vorsitzenden und der Mitglieder von Ausschüssen angemessen berücksichtigt werden soll und zum anderen die Vergütung des Aufsichtsrats in einer Festvergütung bestehen sollte.

Die Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten für jedes volle Geschäftsjahr ihrer Zugehörigkeit zum Aufsichtsrat eine feste jährliche Vergütung. Für den/die Vorsitzende:n des Aufsichtsrats beträgt die feste Vergütung 250.000 Euro, für seine:n/ihre:n Stellvertreter:in 150.000 Euro sowie für alle sonstigen Mitglieder des Aufsichtsrats 100.000 Euro. Der/die Vorsitzende eines Ausschusses des Aufsichtsrats erhält zusätzlich eine jährliche Vergütung von 30.000 Euro, für den/die Vorsitzende:n des Prüfungsausschusses beträgt die zusätzliche Vergütung 50.000 Euro. Für die Mitgliedschaft in einem Ausschuss des Aufsichtsrats erhalten die Mitglieder des Aufsichtsrats ferner eine feste jährliche Vergütung in Höhe von 7.500 Euro. Darüber hinaus erhalten die Mitglieder des Aufsichtsrats für jede persönliche Teilnahme an einer Sitzung des Aufsichtsrats ein Sitzungsgeld in Höhe von 2.000 Euro. Für den Vorsitzenden des Aufsichtsrats beträgt das Sitzungsgeld 3.000 Euro für jede persönliche Teilnahme an einer Aufsichtsratssitzung. Für mehrere Sitzungen, die an einem Tag stattfinden, wird das Sitzungsgeld nur einmal gezahlt. Eine erfolgsorientierte variable Vergütung wird nicht gewährt.

Die derzeit amtierenden Mitglieder des Aufsichtsrats haben gegenüber dem Aufsichtsrat im Rahmen einer „Selbstverpflichtung" erklärt, dass sie für jeweils 20 Prozent der gewährten jährlichen festen Vergütung gemäß § 14 Abs. 1 und 2 der Satzung (vor Abzug von Steuern) jährlich Aktien der ProSiebenSat.1 Media SE kaufen und jeweils für die Dauer von vier Jahren, längstens aber während der Dauer ihrer Mitgliedschaft im Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE, halten werden; im Falle einer Wiederwahl gilt die Halteverpflichtung jeweils für die einzelnen Amtsperioden. Mit dieser Selbstverpflichtung zur Investition in ProSiebenSat.1-Aktien und zum Halten dieser Aktien wollen die Aufsichtsratsmitglieder ihr Interesse an einem langfristigen, nachhaltigen Unternehmenserfolg unterstreichen.

GEWÄHRTE UND GESCHULDETE VERGÜTUNG DES AUFSICHTSRATS GEMÄß § 162 ABS. 1 AKTG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2021

in Tsd Euro

		Fixe Grundvergütung	Vergütung Präsidial-ausschuss	Vergütung Prüfungs-ausschuss	Vergütung Personal-ausschuss	Sitzungsgeld persönliche Teilnahme	Gesamt
Dr. Werner Brandt Vorsitzender	**2021**	**250,0**	**30,0**	**0,0**	**30,0**	**57,0**	**367,0**
	2020	250,0	30,0	0,0	30,0	69,0	379,0
Dr. Marion Helmes Stellvertretende Vorsitzende	**2021**	**150,0**	**30,0**	**7,5**	**7,5**	**38,0**	**233,0**
	2020	150,0	30,0	7,5	7,5	46,0	241,0
Lawrence A. Aidem	**2021**	**100,0**	**7,5**	**0,0**	**7,5**	**28,0**	**143,0**
	2020	100,0	7,5	0,0	5,6	32,0	145,1
Adam Cahan[1]	**2021**	**86,7**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**20,0**	**106,7**
	2020	100,0	0,0	0,0	0,0	24,0	124,0
Angelika Gifford[2]	**2021**	—	—	—	—	—	—
	2020	3,6	0,0	0,3	0,3	0,0	4,1
Erik Huggers	**2021**	**100,0**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**24,0**	**124,0**
	2020	100,0	0,0	0,0	0,0	26,0	126,0
Marjorie Kaplan	**2021**	**100,0**	**7,5**	**0,0**	**0,0**	**24,0**	**131,5**
	2020	100,0	7,5	0,0	0,0	26,0	133,5
Dr. Antonella Mei-Pochtler[3]	**2021**	**100,0**	**7,5**	**7,5**	**0,0**	**30,0**	**145,0**
	2020	71,6	4,2	4,2	0,0	20,0	100,0
Ketan Mehta	**2021**	**100,0**	**7,5**	**0,0**	**0,0**	**26,0**	**133,5**
	2020	100,0	7,5	0,0	0,0	28,0	135,5
Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher	**2021**	**100,0**	**0,0**	**50,0**	**7,5**	**38,0**	**195,5**
	2020	100,0	0,0	50,0	7,5	46,0	203,5
Summe	**2021**	**1.086,7**	**90,0**	**65,0**	**52,5**	**285,0**	**1.579,2**
	2020	1.075,2	86,7	61,9	50,9	317,0	1.591,7

1 Mitglied des Aufsichtsrats bis 12. November 2021.
2 Mitglied des Aufsichtsrats bis 13. Januar 2020.
3 Mitglied des Aufsichtsrats seit 13. April 2020.

Zusätzlich zu dieser fixen Jahresvergütung bzw. den Sitzungsgeldern erhielten die Mitglieder des Aufsichtsrats einen Ersatz aller Auslagen sowie Ersatz der auf ihre Vergütung und Auslagen zu entrichtenden Umsatzsteuer.

Eine D&O-Versicherung deckt das persönliche Haftungsrisiko für den Fall ab, dass Organmitglieder bei der Ausübung ihrer Tätigkeit für Vermögensschäden in Anspruch genommen werden. Ein Selbstbehalt für Aufsichtsratsmitglieder ist in der Versicherung nicht vereinbart.

Vergütungen und Vorteile für persönlich erbrachte Leistungen, insbesondere Beratungs- und Vermittlungsleistungen, wurden den Aufsichtsratsmitgliedern im Geschäftsjahr 2021 nicht gewährt. Mitgliedern des Aufsichtsrats wurden vom Unternehmen keine Kredite gewährt.

Alle Vergütungsbestandteile der Aufsichtsratsmitglieder entsprechen dem im Geschäftsjahr 2021 gültigen Vergütungssystem.

VERGLEICHENDE DARSTELLUNG DER JÄHRLICHEN VERÄNDERUNG DER VERGÜTUNG UND DER ERTRAGSENTWICKLUNG DER GESELLSCHAFT

Die folgende Tabelle zeigt einen Vergleich der prozentualen Veränderung der Vergütung der Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats mit der Ertragsentwicklung der ProSiebenSat.1 Group und mit der durchschnittlichen Vergütung der Arbeitnehmer:innen auf Vollzeitäquivalentbasis gegenüber dem Vorjahr. Die in der Tabelle enthaltene Vergütung der Mitglieder des Vorstands stellt auf die Vergütung ab, die für die Leistungserbringung im jeweiligen

Geschäftsjahr gewährt und geschuldet ist, unabhängig vom tatsächlichen Zeitpunkt des Zuflusses. Für die Mitglieder des Vorstands entsprechen diese Werte für das Geschäftsjahr 2021 den in der Tabelle „Gewährte oder geschuldete Vergütung" im Sinne des § 162 Abs. 1 Satz 1 AktG angegebenen Werten. Soweit Mitglieder des Vorstands und Aufsichtsrats in einzelnen Geschäftsjahren nur anteilig vergütet wurden, zum Beispiel aufgrund eines unterjährigen Ein- oder Austritts, wurde die Vergütung für dieses Geschäftsjahr entsprechend zeitanteilig ausgewiesen. Damit ist in diesen Fällen die Aussagekraft der prozentualen Veränderung nur sehr bedingt gegeben, da unterschiedliche Zeiträume und damit Gehaltszuflüsse verglichen werden.

Die Ertragsentwicklung wird im Wesentlichen anhand der für die erfolgsabhängige Vorstandsvergütung maßgeblichen Leistungskriterien dargestellt.

Für den Vergleich mit der Entwicklung der durchschnittlichen Vergütung der Arbeitnehmer:innen wird auf die durchschnittliche Zielvergütung der in Deutschland angestellten Mitarbeiter:innen inklusive des oberen Führungskreises v.a. am Standort Unterföhring zum Stichtag 31. Dezember des jeweiligen Geschäftsjahres abgestellt. Diese Vergleichsgruppe wurde auch bei der letztmaligen Überprüfung der Angemessenheit der Vergütung der Mitglieder des Vorstands durch einen externen Vergütungsberater herangezogen. Um die Vergleichbarkeit sicher zu stellen, wurde die Vergütung von Teilzeitarbeitskräften auf Vollzeitäquivalente hochgerechnet.

VERGLEICHENDE DARSTELLUNG DER ERTRAGSENTWICKLUNG SOWIE DER VERÄNDERUNG DER VERGÜTUNG DER ARBEITNEHMER:INNEN UND DES VORSTANDS

Geschäftsjahr	**2021**	2020	Veränderung 2021 ggü. 2020 in %
1. Ertragsentwicklung (in Mio Euro)			
EBITDA auf Konzernebene	804,3	801,0	0,4 %
adjusted EBITDA auf Konzernebene	840,2	705,7	19,1 %
Free Cashflow auf Konzernebene	275,1	235,3	16,9 %
adjusted Operating Free Cashflow auf Konzernebene	599,3	424,1	41,3 %
adjusted net income auf Konzernebene	362,3	221,3	63,8 %
Return on Capital Employed (ROCE) auf Konzernebene	14,1 %	10,5 %	34,3 %
Jahresüberschuss gemäß HGB	517,0	118,6	335,9 %
2. Durchschnittliche Vergütung Arbeitnehmer:innen (in Tsd Euro)			
ø Arbeitnehmer:innen[1]	76,0	76,7	−0,9 %
3a. Vorstandsvergütung gegenwärtige Mitglieder (in Tsd Euro)			
Rainer Beaujean (seit 07/2019, Vorstandssprecher seit 03/2020)[2]	2.824,0	2.098,5	34,6 %
Wolfgang Link (seit 03/2020)[3]	1.608,8	966,2	66,5 %
Christine Scheffler (seit 03/2020)[3]	1.372,6	769,5	78,4 %
3b. Vorstandsvergütung frühere Mitglieder (in Tsd Euro)			
Max Conze (von 06/2018 bis 03/2020)[4]	264,4	1.143,2	−76,9 %
Conrad Albert (von 10/2011 bis 04/2020)	339,2	934,8	−63,7 %
Dr. Jan Kemper (von 06/2017 bis 03/2019)	302,2	286,2	5,6 %
Sabine Eckhardt (von 01/2017 bis 04/2019)	249,8	286,2	−12,7 %
Jan David Frouman (von 03/2016 bis 02/2019)	249,8	190,8	30,9 %
Christof Wahl (von 05/2016 bis 07/2018)	—	190,8	—

1 Die negative Veränderung 2021 versus 2020 begründet sich hauptsächlich in der Zusammensetzung der zum Stichtag 31.12.2021 betrachteten Gesellschaften sowie deren Gehaltsstrukturen.
2 Rainer Beaujean wurde mit Wirkung zum 26.03.2020 zum Vorstandssprecher ernannt, seine Gehaltsanpassung trat mit Wirkung zum 01.04.2020 in Kraft.
3 Wolfgang Link und Christine Scheffler sind mit Wirkung zum 26.03.2020 zum Mitglied des Vorstands bestellt worden, ihre Anstellungsverträge traten mit Wirkung zum 01.04.2020 in Kraft.
4 Max Conze ist mit Wirkung zum 26.03.2020 aus dem Vorstand ausgeschieden, sein Anstellungsvertrag endete mit Wirkung zum 31.05.2020.

VERGLEICHENDE DARSTELLUNG DER ERTRAGSENTWICKLUNG SOWIE DER VERÄNDERUNG DER VERGÜTUNG DER ARBEITNEHMER:INNEN UND DES AUFSICHTSRATS

Geschäftsjahr	**2021**	2020	Veränderung 2021 ggü. 2020 in %
1. Ertragsentwicklung (in Mio Euro)			
EBITDA auf Konzernebene	804,3	801,0	0,4 %
adjusted EBITDA auf Konzernebene	840,2	705,7	19,1 %
Free Cashflow auf Konzernebene	275,1	235,3	16,9 %
adjusted Operating Free Cashflow auf Konzernebene	599,3	424,1	41,3 %
adjusted net income auf Konzernebene	362,3	221,3	63,8 %
Return on Capital Employed (ROCE) auf Konzernebene	14,1 %	10,5 %	34,3 %
Jahresüberschuss gemäß HGB	517,0	118,6	335,9 %
2. Durchschnittliche Vergütung Arbeitnehmer:innen (in Tsd Euro)			
ø Arbeitnehmer:innen[1]	76,0	76,7	–0,9 %
3a. Aufsichtsratsvergütung gegenwärtige Mitglieder (in Tsd Euro)			
Dr. Werner Brandt (seit 06/2014)	367,0	379,0	–3,2 %
Dr. Marion Helmes (seit 06/2014)	233,0	241,0	–3,3 %
Lawrence A. Aidem (seit 06/2014)	143,0	145,1	–1,4 %
Adam Cahan (seit 06/2014)	106,7	124,0	–14,0 %
Erik Huggers (seit 06/2014)	124,0	126,0	–1,6 %
Marjorie Kaplan (seit 05/2018)	131,5	133,5	–1,5 %
Dr. Antonella Mei-Pochtler (seit 04/2020)	145,0	100,0	45,0 %
Ketan Mehta (seit 11/2015)	133,5	135,5	–1,5 %
Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher (seit 05/2015)	195,5	203,5	–3,9 %
3b. Aufsichtsratsvergütung frühere Mitglieder (in Tsd Euro)			
Angelika Gifford (bis 01/2020)	—	4,1	—

1 Die negative Veränderung 2021 versus 2020 begründet sich hauptsächlich in der Zusammensetzung der zum Stichtag 31.12.2021 betrachteten Gesellschaften sowie deren Gehaltsstrukturen.

AUSBLICK AUF DAS GESCHÄFTSJAHR 2022 AUS VERGÜTUNGSSICHT

Das neue Vorstandsvergütungssystem, welches auf der Hauptversammlung am 1. Juni 2021 mit einer breiten Mehrheit von rund 96 Prozent gebilligt wurde, wird bei Neuabschlüssen sowie Vertragsverlängerungen mit Wirksamkeit im Geschäftsjahr 2022 zur Anwendung kommen. Am 6. Dezember 2021 hat der Aufsichtsrat entschieden, den Vorstandsvertrag von Rainer Beaujean mit Wirkung zum 1. Juli 2022 um fünf Jahre zu verlängern und ihn mit Wirkung zum 1. Januar 2022 zum Vorstandsvorsitzenden zu ernennen. Zusätzlich wurde Ralf Peter Gierig mit Wirkung zum 1. Januar 2022 neuer Finanzvorstand der ProSiebenSat.1 Media SE.

Eine vollständige Beschreibung des neuen Systems ist zudem auf der Internetseite der Gesellschaft veröffentlicht.

→ www.prosiebensat1.com

Die wesentlichen Änderungen werden nachfolgend beschrieben:

Im neuen Vergütungssystem wurden unter anderem eine Maximalvergütung für die Vorstandsmitglieder festgelegt, die bereits bestehende Clawback-Regelung erweitert sowie eine Malus-Regelung in der variablen Vergütung aufgenommen. Im Zuge der Überarbeitung wurden auch die finanziellen Erfolgsziele der variablen Vergütung auf die aktuelle Konzernstrategie angepasst. Diese stehen im Einklang mit der strategischen Zielsetzung einer kontinuierlichen Wertsteigerung der ProSiebenSat.1 Group. Zusätzlich wurden relevante und gleichzeitig quantifizierbare ESG-Ziele als eigene Teilkomponente des Short Term Incentive in das

Vorstandsvergütungssystem integriert und ersetzen dort den bisherigen Modifier für nichtfinanzielle Ziele. Die Change-of-Control-Klausel wurde dahingehend angepasst, dass das Vorstandsmitglied im Falle der Ausübung des Sonderkündigungsrechts im Zuge eines Kontrollwechsels zukünftig keinen Anspruch mehr auf Zahlung einer Abfindung hat.

Die folgende Grafik gibt einen Überblick der einzelnen Vergütungs- sowie weiterer Vertragsbestandteile, im Vergleich zum bisherigen Vorstandsvergütungssystem:

VERGLEICH DES VERGÜTUNGSSYSTEMS

Bisheriges Vorstandsvergütungssystem		Neues Vorstandsvergütungssystem
	Erfolgsunabhängige (feste) Vergütung	
– Fixes Basisgehalt, welches im Umfang am Tätigkeits- und Verantwortungsbereich des jeweiligen Vorstandsmitglieds ausgerichtet ist und in monatlichen Raten ausgezahlt wird.	**Grundvergütung**	– Fixes Basisgehalt, welches im Umfang am Tätigkeits- und Verantwortungsbereich des jeweiligen Vorstandsmitglieds ausgerichtet ist und in monatlichen Raten ausgezahlt wird.
– Erfolgsunabhängige Nebenleistungen in Form von Dienstwagenbereitstellung, Gruppenunfallversicherung, Zuschüsse zu Versicherungen sowie vereinzelt Heimflüge.	**Nebenleistungen**	– Erfolgsunabhängige Nebenleistungen in Form von Dienstwagenbereitstellung, Gruppenunfallversicherung, Zuschüsse zu Versicherungen sowie vereinzelt Heimflüge.
– Beitragsorientierte Zusage: Jährliche Einzahlung auf ein Versorgungskonto in Höhe von 20 % der Bruttogrundvergütung. – Auszahlung wahlweise als monatliches Ruhegeld oder Einmalzahlung (nach Vollendung des 62. Lebensjahres).	**Betriebliche Altersversorgung**	– Beitragsorientierte Zusage: Jährliche Einzahlung auf ein Versorgungskonto in Höhe von 20 % der Bruttogrundvergütung. – Auszahlung wahlweise als monatliches Ruhegeld oder Einmalzahlung (nach Vollendung des 62. Lebensjahres).
	Erfolgsabhängige (Variable) Vergütung	
	Short Term Incentive (STI)	
– Zielbonussystem	**Plantyp**	– Zielbonussystem
– 1 Jahr	**Performance-Periode**	– 1 Jahr
– 50 %: EBITDA (Zielerreichung 0 % - 200 %). – 50 %: Free Cashflow (Zielerreichung 0 % - 200 %). – Modifier: 0,8 – 1,2 für individuelle Ziele und Teamziele.	**Erfolgsziele**	– 40 %: adjusted EBITDA (Zielerreichung 0 % - 200 %). – 40 %: adjusted Operating FCF (Zielerreichung 0 % - 200 %). – 20 %: ESG-Ziele (Zielerreichung 0 % - 200 %).
– In bar nach Abschluss des Geschäftsjahres (Cap: 200 % des Zielbetrags).	**Auszahlung**	In bar nach Abschluss des Geschäftsjahres (Cap: 200 % des Zielbetrags).
	Long Term Incentive (LTI)	
– Performance Share Plan	**Plantyp**	– Performance Share Plan
– 4 Jahre	**Performance-Periode**	– 4 Jahre
– 50 %: adjusted net income (Zielerreichung 0 % - 200 %). – 50 %: Relativer TSR im Vergleich zum STOXX Europe 600 Media Index (Zielerreichung 0 % - 200 %).	**Erfolgsziele**	– 70 %: P7S1 ROCE (Zielerreichung 0 % - 200 %). – 30 %: Relativer TSR im Vergleich zum STOXX Europe 600 Media Index (Zielerreichung 0 % - 200 %).
– In bar nach Ende der Performance-Periode der jeweiligen Tranche (Cap: 200 % des Zuteilungsbetrags).	**Auszahlung**	– In bar nach Ende der Performance-Periode der jeweiligen Tranche (Cap: 200 % des Zuteilungsbetrags).
	Weitere Vertragsbestandteile	
– Vollständige oder teilweise Rückforderung bereits ausgezahlter Vergütungen aus dem STI im Fall von fehlerhaftem Konzernabschluss.	**Malus- und Clawback-Regelungen**	– Vollständige oder teilweise Reduzierung nicht ausbezahlter beziehungsweise Rückforderung bereits ausgezahlter variabler Vergütung (STI und LTI) im Fall von materiellen Compliance-Verstößen und fehlerhaftem Konzernabschluss.
– 100 % der Bruttogrundvergütung.	**Share Ownership Guidelines**	– 200 % der Bruttovergütung für den Vorstandsvorsitzenden/-sprecher. – 100 % der Bruttogrundvergütung für die übrigen Vorstandsmitglieder.
– Keine Maximalvergütung festgelegt.	**Maximalvergütung**	– 7.500.000 Euro für den Vorstandsvorsitzenden/-sprecher. – 4.500.000 Euro für die übrigen Vorstandsmitglieder.
– Begrenzung der Abfindungszusagen bei vorzeitiger Beendigung der Vorstandstätigkeit ohne wichtigen Grund auf zwei Jahresgesamtvergütungen (Abfindungs-Cap), jedoch maximal in Höhe der bis zum Vertragslaufende zu zahlenden Vergütung. – Change-of-Control-Klausel: Anspruch auf Zahlung einer Abfindung im Falle der Kündigung im Rahmen eines Kontrollwechsels.	**Zusagen bei Beendigung der Vorstandstätigkeit**	– Begrenzung der Abfindungszusagen bei vorzeitiger Beendigung der Vorstandstätigkeit ohne wichtigen Grund auf zwei Jahresgesamtvergütungen (Abfindungs-Cap), jedoch maximal in Höhe der bis zum Vertragslaufzeitende zu zahlenden Vergütung. – Change-of-Control-Klausel: Kein Anspruch auf Zahlung einer Abfindung im Fall eines Kontrollwechsels.

Unterföhring, den 1. März 2022

Für den Vorstand

Rainer Beaujean
Vorstandsvorsitzender (Group CEO)

Ralf Peter Gierig
Vorstandsmitglied & Finanzvorstand
(Group CFO)

Für den Aufsichtsrat

Dr. Werner Brandt
Aufsichtsratsvorsitzender

ÜBERNAHMERECHTLICHE ANGABEN[3]

Die ProSiebenSat.1 Media SE ist als börsennotierte Gesellschaft, deren stimmberechtigte Aktien an einem organisierten Markt im Sinne des § 2 Abs. 7 WpÜG notiert sind, verpflichtet, in den Konzernlagebericht die in § 315a Satz 1 HGB näher bezeichneten Angaben aufzunehmen. Sie sollen einen Dritten, der an der Übernahme einer börsennotierten Gesellschaft interessiert ist, in die Lage versetzen, sich ein Bild von der Gesellschaft, ihrer Struktur und etwaigen Übernahmehindernissen zu machen. Der nachfolgende Abschnitt enthält neben diesen gesetzlich vorgeschriebenen Angaben zugleich die hierauf bezogenen Erläuterungen gemäß § 176 Abs. 1 Satz 1 AktG i. V. m. Art. 9 Abs. 1lit. c) ii) SE-VO.

ZUSAMMENSETZUNG DES GEZEICHNETEN KAPITALS

Zum 31. Dezember 2021 betrug das Grundkapital der ProSiebenSat.1 Media SE 233.000.000 Euro. Es ist eingeteilt in 233.000.000 auf den Namen lautende nennwertlose Stückaktien mit einem anteiligen Betrag am Grundkapital von 1,00 Euro je Aktie. Mit allen Aktien sind die gleichen Rechte und Pflichten verbunden. Jede Aktie an der ProSiebenSat.1 Media SE gewährt in der Hauptversammlung eine Stimme und den gleichen Anteil am Gewinn.
→ Organisation und Konzernstruktur

Zum 31. Dezember 2021 betrug die Gesamtzahl eigener Aktien der Gesellschaft 6.694.738 Stück; dies entspricht einem Anteil von 2,9 Prozent am Grundkapital.
→ Vermögenslage des Konzerns

BESCHRÄNKUNGEN, DIE STIMMRECHTE ODER DIE ÜBERTRAGUNG VON AKTIEN BETREFFEN, UND BETEILIGUNGEN AM KAPITAL, DIE 10 PROZENT DER STIMMRECHTE ÜBERSCHREITEN

Dem Vorstand liegen keine Informationen über etwaige Beschränkungen der Stimmrechtsausübung oder hinsichtlich der Übertragbarkeit der Aktien vor, die über die allgemeinen regulatorischen Vorgaben, insbesondere des Kapitalmarktrechts und des Kartellrechts sowie der Mediengesetzgebung der Länder hinausgehen.

Geplante Veränderungen von Beteiligungsverhältnissen oder sonstigen Einflüssen müssen gemäß § 63 Satz 1 MStV bei der zuständigen Landesmedienanstalt vor ihrem Vollzug schriftlich angemeldet werden: Veränderungen dürfen nur dann von der zuständigen Landesmedienanstalt als unbedenklich bestätigt werden, wenn auch unter den veränderten Voraussetzungen eine Zulassung erteilt werden kann. Wird eine geplante Veränderung vollzogen, die nicht nach § 63 Satz 3 MStV als unbedenklich bestätigt wurde, ist die für den Betrieb bundesweiter TV-Sender gemäß § 52 MStV notwendige Zulassung zu widerrufen.

Geprüft werden das Vorliegen einer unzulässigen Beteiligung in- oder ausländischer staatlicher Stellen, deren gesetzlicher Vertreter oder politische Parteien sowie die Einhaltung der Regelungen zur Sicherung der Meinungsvielfalt im Rundfunk (§§ 53 und 60 ff. MStV).

Für geringfügige Veränderungen von Beteiligungsverhältnissen oder sonstigen Einflüssen hat das für die Landesmedienanstalten in dieser Sache gemäß § 105 Abs. 3 MStV zuständige Organ, die

3 Dieser Abschnitt ist Bestandteil des geprüften Konzernlageberichts.

Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK), Ausnahmen vorgesehen: Gemäß § 2 i. V. m. § 3 Meldepflicht-Richtlinie der KEK sind Änderungen von Beteiligungsverhältnissen geringfügig, wenn sie durch Erwerb, Veräußerung oder auf sonstige Weise mit weniger als 5 Prozent des Kapitals oder der Stimmrechte bewirkt werden.

Etwas anderes gilt für den Fall, dass (1) die Beteiligungsschwellen von 25 Prozent, 50 Prozent oder 75 Prozent erreicht, überschritten oder unterschritten werden, (2) eine Erhöhung oder Verringerung einer zuletzt angemeldeten Beteiligung um wenigstens 5 Prozent durch ein oder mehrere aufeinanderfolgende Geschäfte bewirkt wird, oder (3) eine Beteiligung an einer börsennotierten Aktiengesellschaft 5 Prozent erreicht oder überschreitet, und eine Überschreitung dieser Schwelle nicht bereits innerhalb eines vorausgehenden Zeitraums von 12 Monaten Gegenstand einer Anmeldung war (vgl. § 5 Meldepflicht-Richtlinie).

Die Bundesländer beabsichtigen, das Medienkonzentrationsrecht zu reformieren. In der Rundfunkkommission der Länder existiert eine Arbeitsgruppe, die Vorschläge für eine Anpassung des Medienstaatsvertrages erarbeitet, gleichzeitig erfolgen Anpassungen in den jeweiligen Mediengesetzen der Länder. Ziel ist das pluralistische Mediensystem weiter zu stärken.

Auf Grundlage der der Gesellschaft bis zum 31. Dezember 2021 zugegangenen Stimmrechtsmitteilungen gemäß §§ 33 und 34 WpHG bestehen folgende Beteilungen am Kapital der Gesellschaft, die 10 Prozent der Stimmrechte überschreiten:

Die MFE-MEDIAFOREUROPE N.V., Amsterdam, Niederlande („MFE-MediaForEurope“), hält, teilweise direkt und teilweise indirekt über die Mediaset España Comunicación, S.A., Madrid, Spanien, („Mediaset España Comunicación“) eine Beteiligung in Höhe von 19,11 Prozent der Anteile mit Stimmrechten.

Aus ihrer direkten bzw. indirekten Beteiligung an der MFE-MediaForEurope und an der Mediaset España Comunicación wird der Finanziaria d'investimento Fininvest S.p.A., Mailand, Italien („Finanziaria d'investimento Fininvest“), eine indirekte Beteiligung in Höhe von 19,11 Prozent der Anteile mit Stimmrechten zugerechnet.

Aus seiner direkten bzw. indirekten Beteiligung an der Finanziaria d'investimento Fininvest, an der MFE-MediaForEurope und an der Mediaset España Comunicación wird wiederum Silvio Berlusconi, geboren am 29. September 1936, eine indirekte Beteiligung i.S. des § 34 WpHG in Höhe von 19,11 Prozent der Anteile mit Stimmrechten ausweislich der Stimmrechtsmitteilung vom 3. Dezember 2021 zugerechnet.

Zusätzlich hält Silvio Berlusconi indirekt über die vorgenannten Gesellschaften Instrumente i.S. des § 38 Abs. 1 WpHG in Höhe von 4,58 Prozent der Stimmrechtsanteile.

Gemäß der der Gesellschaft bis zum 15. Februar 2022 zugegangenen Stimmrechtsmitteilungen gemäß §§ 33 und 34 WpHG hat sich die Höhe der vorgenannten Beteiligungen im Vergleich zum Stichtag 31. Dezember 2021 verändert; danach hält Silvio Berlusconi über die vorgenannten Gesellschaften eine indirekte Beteiligung i.S. des § 34 WpHG in Höhe von 21,61 Prozent sowie indirekt ebenfalls über die vorgenannten Gesellschaften Instrumente i.S. des § 38 Abs. 1 WpHG in Höhe von 2,29 Prozent der Stimmrechtsanteile. Die Zurechnungen der direkten und indirekten Beteiligungen entsprechen der Darstellung zum Stichtag 31. Dezember 2021.

AKTIEN MIT SONDERRECHTEN, DIE KONTROLLBEFUGNISSE VERLEIHEN, UND STIMMRECHTSKONTROLLE, WENN ARBEITNEHMER:INNEN AM KAPITAL BETEILIGT SIND

Es wurden keine Aktien mit Sonderrechten ausgegeben, die Kontrollbefugnisse verleihen.

Es besteht keine Stimmrechtskontrolle für den Fall, dass Arbeitnehmer:innen am Kapital der ProSiebenSat.1 Media SE beteiligt sind und ihre Kontrollrechte nicht unmittelbar ausüben.

ERNENNUNG UND ABBERUFUNG VON VORSTANDSMITGLIEDERN

Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE besteht gemäß § 7 Abs. 1 Satz 1 der Satzung der Gesellschaft aus einer oder mehreren Personen; die genaue Zahl wird gemäß § 7 Abs. 1 Satz 2 der Satzung durch den Aufsichtsrat bestimmt. Die Ernennung und Abberufung der Mitglieder des Vorstands erfolgt gemäß Art. 39 Abs. 2 SE-VO grundsätzlich durch den Aufsichtsrat als Aufsichtsorgan. Gemäß § 7 Abs. 2 Satz 1 der Satzung i. V. m. Art. 46 SE-VO werden Vorstandsmitglieder für einen Zeitraum von höchstens fünf Jahren bestellt; Wiederbestellungen, jeweils für höchstens fünf Jahre, sind zulässig. Vorstandsmitglieder können vom Aufsichtsrat vorzeitig abberufen werden, wenn hierfür ein wichtiger Grund vorliegt. Für die Bestellung und Abberufung von Vorstandsmitgliedern ist die einfache Mehrheit der abgegebenen Stimmen im Aufsichtsrat erforderlich; bei Stimmengleichheit entscheidet die Stimme des Vorsitzenden des Aufsichtsrats (§ 12 Abs. 1 Satz 3 der Satzung der Gesellschaft). Fehlt ein erforderliches Vorstandsmitglied, so hat in dringenden Fällen das Gericht auf Antrag eines Beteiligten ein Mitglied zu bestellen (§ 85 Abs. 1 Satz 1 AktG i. V. m. Art. 9 Abs. 1 lit. c) ii) SE-VO).

ÄNDERUNGEN DER SATZUNG

Über Änderungen der Satzung hat grundsätzlich die Hauptversammlung zu beschließen (Art. 59 Abs. 1 SE-VO). Ein satzungsändernder Beschluss der Hauptversammlung bedarf im Fall der ProSiebenSat.1 Media SE der einfachen Mehrheit der abgegebenen Stimmen, sofern mindestens die Hälfte des stimmberechtigten Grundkapitals bei der Beschlussfassung vertreten ist (Art. 59 Abs. 2 SE-VO, § 51 Satz 1 SEAG), andernfalls einer Mehrheit von zwei Dritteln der abgegebenen Stimmen (Art. 59 Abs. 1 SE-VO), soweit nicht die Satzung oder das Gesetz zwingend eine größere Mehrheit vorschreibt. Dies ist zum Beispiel bei der Änderung des Gegenstands des Unternehmens (§ 179 Abs. 2 Satz 1 AktG i. V. m. Art. 59 Abs. 1 und 2 SE-VO, § 51 Satz 2 SEAG) sowie der Schaffung bedingten Kapitals (§ 193 Abs. 1 Satz 1 und 2 AktG i. V. m. Art. 57 SE-VO, § 51 Satz 2 SEAG) oder genehmigten Kapitals (§ 202 Abs. 2 Satz 2 und 3 AktG i. V. m. Art. 57 SE-VO, § 51 Satz 2 SEAG) der Fall, wofür jeweils eine Mehrheit von mindestens drei Vierteln der gültig abgegebenen Stimmen erforderlich ist. Der Aufsichtsrat ist berechtigt, Änderungen der Satzung, die nur die Fassung betreffen, zu beschließen (§ 179 Abs. 1 Satz 2 AktG i. V. m. Art. 9 Abs. 1 lit. c) ii) SE-VO, § 13 der Satzung der Gesellschaft).

BEFUGNISSE DES VORSTANDS, AKTIEN AUSZUGEBEN ODER ZURÜCKZUKAUFEN

Die Hauptversammlung vom 12. Juni 2019 hat die Gesellschaft gemäß § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 11. Juni 2024 (einschließlich) eigene Aktien der Gesellschaft im Umfang von insgesamt bis zu 10,0 Prozent des zum Zeitpunkt der Erteilung oder – falls dieser Wert geringer ist – des zum Zeitpunkt der Ausübung der Ermächtigung bestehenden Grundkapitals der Gesellschaft nach näherer Maßgabe der Bestimmungen der Ermächtigung zu erwerben und diese, in den in der Ermächtigung näher bezeichneten Fällen auch unter Ausschluss des Bezugsrechts, zu verwenden. Der Erwerb eigener Aktien kann dabei im

Umfang von insgesamt bis zu 5,0 Prozent des zum Zeitpunkt der Erteilung oder – falls dieser Wert geringer ist – des zum Zeitpunkt der Ausübung der Ermächtigung bestehenden Grundkapitals nach näherer Maßgabe der Bestimmungen der Ermächtigung auch unter Einsatz von Derivaten erfolgen. Im Geschäftsjahr 2021 wurden keine eigenen Aktien erworben.

Der Vorstand wurde durch Beschluss der Hauptversammlung vom 1. Juni 2021 ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital der ProSiebenSat.1 Media SE bis zum 31. Mai 2026 (einschließlich) gegen Bar- und/oder Sacheinlagen einmalig oder mehrmals um insgesamt bis zu 46.600.000,00 Euro durch Ausgabe neuer auf den Namen lautender Stückaktien zu erhöhen (Genehmigtes Kapital 2021). Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats den weiteren Inhalt der Aktienrechte und die Bedingungen der Aktienausgabe festzulegen. Dabei kann die Gewinnberechtigung der neuen Aktien auch abweichend von § 60 Abs. 2 AktG ausgestaltet werden; die neuen Aktien können insbesondere auch mit Gewinnberechtigung ab Beginn des ihrer Ausgabe vorangehenden Geschäftsjahres ausgestattet werden, wenn im Zeitpunkt der Ausgabe der neuen Aktien ein Gewinnverwendungsbeschluss der Hauptversammlung über den Gewinn dieses Geschäftsjahres noch nicht gefasst worden ist. Den Aktionär:innen ist grundsätzlich das gesetzliche Bezugsrecht auf die neuen Aktien zu gewähren. Das Bezugsrecht kann dabei auch ganz oder teilweise als mittelbares Bezugsrecht im Sinne von § 186 Abs. 5 Satz 1 AktG ausgestaltet werden. Der Vorstand ist jedoch ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionär:innen nach näherer Maßgabe der Bestimmungen der Ermächtigung auszuschließen, soweit die auf Grundlage des Genehmigten Kapitals 2021 unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionär:innen ausgegebenen Aktien insgesamt 10 Prozent des Grundkapitals nicht überschreiten, und zwar weder im Zeitpunkt des Wirksamwerdens noch im Zeitpunkt der Ausnutzung der Ermächtigung zum Bezugsrechtsausschluss.

Der Vorstand war durch Beschluss der Hauptversammlung vom 30. Juni 2016 ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital der ProSiebenSat.1 Media SE bis zum 30. Juni 2021 (einschließlich) gegen Bar- und/oder Sacheinlagen einmalig oder mehrmals um insgesamt bis zu 87.518.880 Euro durch Ausgabe neuer auf den Namen lautender Stückaktien zu erhöhen (Genehmigtes Kapital 2016). Nach der im November 2016 durch teilweise Ausnutzung des Genehmigten Kapitals in Höhe von 14.202.800 Euro erfolgten Kapitalerhöhung bestand das Genehmigte Kapital 2016 noch in Höhe von 73.316.080 Euro. Das Genehmigte Kapital 2016 wurde, soweit von ihm kein Gebrauch gemacht worden ist, durch Beschluss der Hauptversammlung vom 1. Juni 2021 mit Wirkung auf den Zeitpunkt der Eintragung der Satzungsänderung zur Schaffung des Genehmigten Kapitals 2021 im Handelsregister aufgehoben.

Der Vorstand wurde durch Beschluss der Hauptversammlung vom 1. Juni 2021 ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 31. Mai 2026 (einschließlich) einmalig oder mehrmals auf den Inhaber und/oder auf den Namen lautende Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen im Gesamtnennbetrag von bis zu 800.000.000,00 Euro mit einer befristeten oder unbefristeten Laufzeit zu begeben und den Inhabern bzw. Gläubigern von Schuldverschreibungen Wandlungs- oder Optionsrechte zum Bezug von insgesamt bis zu 23.300.000 neuen auf den Namen lautenden Stückaktien der Gesellschaft mit einem anteiligen Betrag des Grundkapitals von insgesamt bis zu 23.300.000,00 Euro nach näherer Maßgabe der Wandel- bzw. Optionsanleihebedingungen zu gewähren und/oder für die Gesellschaft entsprechende Wandlungsrechte vorzusehen („Ermächtigung 2021“).

Der Vorstand war aufgrund des Beschlusses der Hauptversammlung vom 30. Juni 2016 zudem ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 29. Juni 2021 (einschließlich) einmalig oder mehrmals auf den Inhaber und/oder auf den Namen lautende Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen im Gesamtnennbetrag von bis zu 1,5 Mrd Euro mit einer befristeten oder unbefristeten Laufzeit zu begeben und den Inhabern bzw. Gläubigern von Schuldverschreibungen Wandlungs- oder Optionsrechte zum Bezug von insgesamt bis zu 21.879.720 neuen auf den Namen lautenden Stückaktien der Gesellschaft mit einem anteiligen Betrag des Grundkapitals von insgesamt bis zu 21.879.720 Euro nach näherer Maßgabe der Wandel- bzw. Optionsanleihebedingungen zu gewähren und/oder für die Gesellschaft

entsprechende Wandlungsrechte vorzusehen („Ermächtigung 2016"). Die Ermächtigung 2016, von welcher die Gesellschaft keinen Gebrauch gemacht hat, wurde mit Wirkung auf den Zeitpunkt des Wirksamwerdens der Ermächtigung 2021 aufgehoben.

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 1. Juni 2021 wurde das Grundkapital um insgesamt bis zu 23.300.000,00 Euro durch Ausgabe von insgesamt bis zu 23.300.000 neuen auf den Namen lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2021). Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Aktien an Inhaber:innen bzw. Gläubiger:innen von Wandelschuldverschreibungen sowie an Inhaber:innen von Optionsrechten aus Optionsschuldverschreibungen, die aufgrund Ermächtigung gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 1. Juni 2021 bis zum 31. Mai 2026 (einschließlich) von der Gesellschaft oder einem in- oder ausländischen Unternehmen, an dem die Gesellschaft unmittelbar oder mittelbar mit der Mehrheit der Stimmen und des Kapitals beteiligt ist, ausgegeben werden.

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 30. Juni 2016 wurde das Grundkapital um insgesamt bis zu 21.879.720 Euro durch Ausgabe von insgesamt bis zu 21.879.720 neuen auf den Namen lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2016). Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Aktien an Inhaber:innen bzw. Gläubiger:innen von Wandelschuldverschreibungen sowie an Inhaber:innen von Optionsrechten aus Optionsschuldverschreibungen, die aufgrund Ermächtigung gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 30. Juni 2016 bis zum 29. Juni 2021 (einschließlich) von der Gesellschaft oder einem in- oder ausländischen Unternehmen, an dem die Gesellschaft unmittelbar oder mittelbar mit der Mehrheit der Stimmen und des Kapitals beteiligt ist, ausgegeben werden. Das Bedingte Kapital 2016 wurde durch Beschluss der Hauptversammlung vom 01. Juni 2021 mit Wirkung auf den Zeitpunkt der Aufhebung der Ermächtigung 2016 ebenfalls aufgehoben.

WESENTLICHE VEREINBARUNGEN DER GESELLSCHAFT, DIE UNTER DER BEDINGUNG EINES KONTROLLWECHSELS STEHEN, GEMÄß § 315a Abs. 1 SATZ 1 NR. 8 HGB

Die ProSiebenSat.1 Media SE hat die im Folgenden aufgeführten wesentlichen Vereinbarungen abgeschlossen, die Regelungen für den Fall eines Kontrollwechsels etwa infolge eines Übernahmeangebots beinhalten:

- Es besteht eine syndizierte Kreditvereinbarung der ProSiebenSat.1 Media SE, die zum 31. Dezember 2021 ein Darlehen in Höhe von 1,2 Mrd Euro (Vorjahr 2,1 Mrd Euro) sowie eine revolvierende Kreditfazilität mit einem Rahmenvolumen von 750 Mio Euro umfasst. Im Falle einer Änderung der Kontrolle über die ProSiebenSat.1 Media SE durch direkten oder indirekten Erwerb von mehr als 50 Prozent der Stimmrechte der ProSiebenSat.1 Media SE durch einen Dritten („Change of Control") haben die Kreditgeber das Recht, ihre Beteiligung an dem Kredit zu kündigen und die Rückzahlung der auf sie entfallenden Kreditinanspruchnahmen innerhalb einer bestimmten Frist nach Eintritt des Kontrollwechsels zu verlangen.
  → Fremdkapitalausstattung und Finanzierungsstruktur
- Die ProSiebenSat.1 Media SE hat 2016 Schuldscheindarlehen in einer Gesamthöhe von 500 Mio Euro mit Laufzeitbändern von sieben Jahren (225 Mio Euro festverzinst und 50 Mio Euro variabel verzinst) und zehn Jahren (225 Mio Euro festverzinst) begeben. Im Berichtsjahr hat die Gesellschaft weitere Schuldscheindarlehen in einer Gesamthöhe von 700 Mio Euro mit Laufzeitbändern von vier Jahren (115,5 Mio Euro festverzinst und 110,5 Mio Euro variabel verzinst), sechs Jahren (193 Mio Euro festverzinst und 153 Mio Euro variabel verzinst), acht Jahren (46 Mio Euro festverzinst und 34 Mio Euro variabel verzinst) und zehn Jahren (48 Mio Euro festverzinst) begeben. Im Falle einer Änderung der Kontrolle über die ProSiebenSat.1 Media SE durch direkten oder indirekten Erwerb von mehr als 50 Prozent der Stimmrechte der ProSiebenSat.1 Media SE durch einen Dritten („Change of Control") haben die Darlehensgeber

das Recht, ihre Darlehensbeteiligung zu kündigen und Rückzahlung zu verlangen.
→ Fremdkapitalausstattung und Finanzierungsstruktur

- Im Berichtsjahr stand der ProSiebenSat.1 Media SE an der Börse Luxemburg ein Programm zur Begebung von Schuldverschreibungen mit einem Rahmenvolumen von bis zu 2,5 Mrd Euro zur Verfügung. Unter dem Programm wurden bisher keine Schuldverschreibungen begeben. Sollten Schuldverschreibungen begeben werden, könnten diese eine Kontrollwechselvereinbarung enthalten. Eine solche Kontrollwechselvereinbarung kann den Gläubigern das Recht geben, den Rückkauf der Schuldverschreibungen im Fall einer Änderung der Kontrolle über die ProSiebenSat.1 Media SE von mehr als 50 Prozent der Stimmrechte durch einen Dritten und dem Eintritt eines negativen Rating-Ereignisses zu verlangen.
- Darüber hinaus sehen einige Lizenzverträge für Filme, TV-Serien und andere für das Unternehmen wichtige Programme Regelungen vor, die den jeweiligen Anbieter von Programminhalten im Falle eines Kontrollwechsels dazu berechtigen, den entsprechenden Lizenzvertrag vorzeitig zu beenden. Ferner räumen auch einzelne Verträge mit Verbreitungsplattformen dem Vertragspartner im Falle eines Kontrollwechsels das Recht ein, die betreffenden Verträge zu kündigen. Die diesen Sachverhalten zugrundeliegenden Vertragsverhältnisse haben ein Volumen von insgesamt ca. 1,1 Mrd Euro.
- Es besteht eine Rahmenvereinbarung zwischen der ProSiebenSat.1 Media SE und u.a. RTL Deutschland sowie deren indirekter Konzerntochtergesellschaft Ad Alliance GmbH („Ad Alliance“) im Hinblick auf die Beteiligung an der d-force GmbH („d-force“). Die Ad Alliance ist zur außerordentlichen Kündigung der Rahmenvereinbarung berechtigt, wenn ein Dritter direkt oder indirekt mehr als 50 Prozent der Aktien und/oder der Stimmrechte an der ProSiebenSat.1 Media SE hält. Mit Wirksamwerden der Kündigung scheidet die Ad Alliance schnellstmöglich als Gesellschafterin der d-force aus.
- Darüber hinaus gelten für die ProSiebenSat.1 Media SE insbesondere die Regelungen des Medienkonzentrationsrecht sowie der relevanten Mediengesetzgebung der Länder, wie im Abschnitt „Beschränkungen, die Stimmrechte oder die Übertragbarkeit von Aktien betreffen, und Beteiligungen am Kapital, die 10 Prozent der Stimmrechte überschreiten“ dargestellt, aus denen sich Vorgaben für den Fall eines Kontrollwechsels ergeben können.

ENTSCHÄDIGUNGSVEREINBARUNGEN DER GESELLSCHAFT, DIE FÜR DEN FALL EINES KONTROLLWECHSELS MIT DEN MITGLIEDERN DES VORSTANDS ODER ARBEITNEHMER:INNEN GETROFFEN SIND

Die Vorstandsdienstverträge sehen grundsätzlich eine „Change-of-Control-Klausel“ für den Fall eines Kontrollwechsels bei der Gesellschaft vor. Im Geschäftsjahr 2021 hatten die Vorstandsmitglieder im Falle eines Kontrollwechsels das Recht, den Vorstandsvertrag mit einer Frist von drei Monaten zum Monatsende zu kündigen und das Vorstandsamt niederzulegen, sofern es im Zusammenhang mit dem Kontrollwechsel zu einer erheblichen Beeinträchtigung der Stellung des Vorstandsmitglieds gekommen wäre. Dieses Recht bestand unter den im Geschäftsjahr 2021 gültigen Vorstandsdienstverträgen bis einschließlich zum 30. September 2021 und ist im Geschäftsjahr 2021 nicht zur Anwendung gekommen. Bei wirksamer Ausübung dieses Kündigungsrechts hätte das Vorstandsmitglied eine Barabfindung erhalten, die in voller Höhe auf eine etwaige Karenzentschädigung anzurechnen gewesen wäre. Die Barabfindung hätte drei – bei Wolfgang Link und Christine Scheffler jeweils zwei – Jahresvergütungen, höchstens jedoch der Vergütung für die Restlaufzeit des Dienstvertrages abgezinst auf den Beendigungszeitpunkt entsprochen. Für Zwecke der Barabfindung ist als Jahresvergütung grundsätzlich die dem Vorstandsmitglied für das letzte abgeschlossene Geschäftsjahr vertraglich zustehende Summe aus der festen Vergütung, dem Performance Bonus, den mehrjährigen Vergütungsbestandteilen und der Zuführung zur Altersversorgung anzusetzen. Das neue Vorstandsvergütungssystem, welches auf der Hauptversammlung am 1. Juni 2021 mit einer breiten Mehrheit von rund 96 Prozent

gebilligt wurde, wird bei Neuabschlüssen sowie Vertragsverlängerungen mit Wirksamkeit im Geschäftsjahr 2022 zur Anwendung kommen. Die Change-of-Control-Klausel wurde dahingehend angepasst, dass das Vorstandsmitglied im Falle der Ausübung des Sonderkündigungsrechts im Zuge eines Kontrollwechsels zukünftig keinen Anspruch mehr auf Zahlung einer Abfindung hat. Für detaillierte Informationen verweisen wir auf den Vergütungsbericht.
→ Vergütungsbericht

Im Übrigen bestanden bis zum 31. Dezember 2021 mit Arbeitnehmer:innen der ProSiebenSat.1 Media SE nur vereinzelt „Change-of-Control-Klauseln“, die aber zum 1. Januar 2022 entfallen.

PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE AKTIE

DIE PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE AM KAPITALMARKT

Die COVID-19-Pandemie und ihre Auswirkungen auf die Weltwirtschaft sowie das öffentliche Leben prägten auch im Jahr 2021 die Entwicklung der Kapitalmärkte: Der Start in das neue Börsenjahr verlief aufgrund weltweit hoher Infektionszahlen und damit einhergehender Lockdown-Maßnahmen zunächst sehr verhalten. Mit steigendem Impffortschritt und der damit verbundenen Aussicht auf eine Verbesserung der pandemischen Lage sowie der wirtschaftlichen Situation verzeichneten die Aktienmärkte in Deutschland dann jedoch einen weitgehend kontinuierlichen Anstieg, der – bis auf eine kurze Gegenbewegung im September – bis Mitte November anhielt. So erreichte der Leitindex DAX am 17. November 2021 mit 16.251 Punkten einen neuen Allzeit-Höchststand.

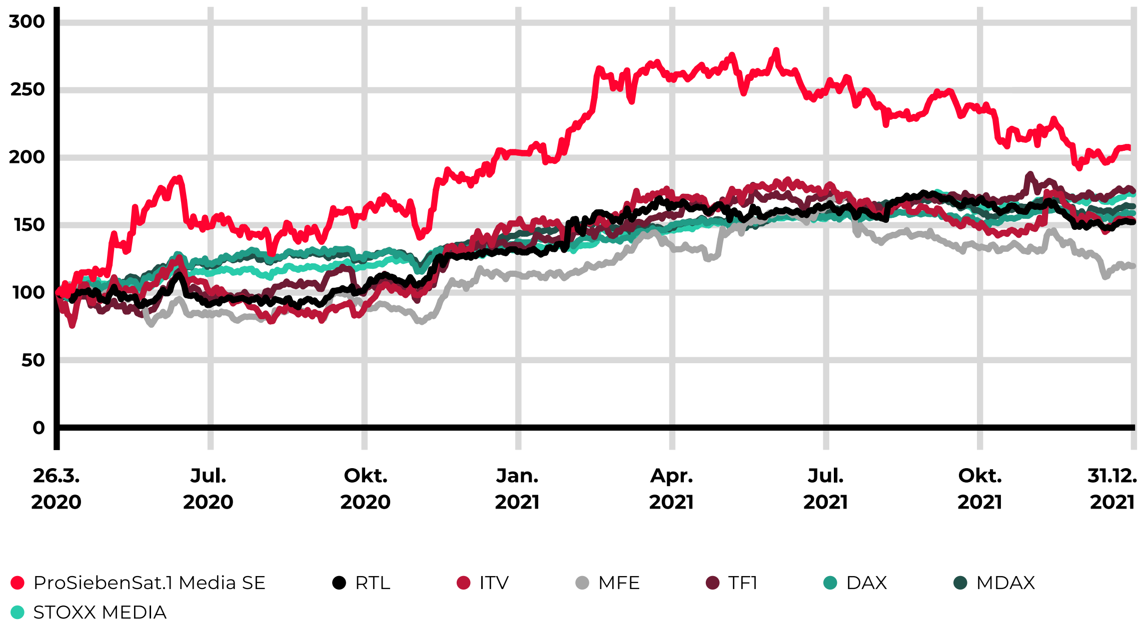
Der MDAX, in dem auch die Aktie der ProSiebenSat.1 Media SE notiert ist, lag im November 2021 nur wenig unterhalb seines Höchststandes vom 2. September 2021 mit 36.276 Punkten. Mit dem Aufkommen der COVID-19-Variante Omikron und der damit verbundenen weltweiten Unsicherheit über ihre Auswirkungen sowie erneut stark ansteigenden Infektionszahlen gerieten die Aktienmärkte jedoch ab Mitte November wieder unter Druck. Dennoch lagen zum Ende des Jahres 2021 sowohl der DAX als auch der MDAX mit 15,8 Prozent bzw. 14,1 Prozent über dem Wert des Jahresendes 2020. Der EuroStoxx Media, in dem neben TV-Unternehmen auch andere Medienwerte enthalten sind, beendete das Börsenjahr 2021 mit einem Plus von 30,4 Prozent gegenüber dem Jahresende 2020.

In diesem Börsenumfeld war die Entwicklung der ProSiebenSat.1-Aktie im ersten Halbjahr angesichts eines sich deutlich erholenden Werbegeschäfts sehr positiv und hat die Vergleichsindizes bis Ende Juli 2021 sogar übertroffen: So schloss das Papier am letzten Handelstag des ersten Halbjahres 2021 mit 16,78 Euro – dies entspricht einem Plus von 22,0 Prozent gegenüber dem Jahresende 2020 (31. Dezember 2020: 13,76 Euro). Das zweite Halbjahr verlief hingegen volatil – dabei beeinflussten unter anderem sich erneut eintrübende Makroindikatoren aufgrund der Unsicherheit um die Auswirkungen der neuen COVID-19-Variante Omikron insbesondere konjunktursensitive Titel wie die ProSiebenSat.1-Aktie. Dennoch schloss die ProSiebenSat.1-Aktie am letzten Handelstag des Jahres 2021 mit einem Plus von 1,9 Prozent gegenüber dem Jahresende 2020 bei 14,01 Euro (31. Dezember 2020: 13,76 Euro).

Unter Berücksichtigung der Dividendenzahlung von 0,49 Euro je dividendenberechtigter Aktie stieg die gesamte Aktienrendite (total shareholder return) auf 4,6 Prozent je ProSiebenSat.1-Aktie im Jahr 2021 (Vorjahr: -1,1 %). Die Dividendenrendite auf Basis des Jahresschlusskurses 2020 belief sich auf 3,6 Prozent je ProSiebenSat.1-Aktie.

Als breit diversifizierter Digitalkonzern ist ProSiebenSat.1 besser durch die Pandemie gekommen als Medienhäuser mit starkem TV-Fokus. Dies zeigt auch die Kursentwicklung im Zweijahresvergleich: Mit der Neuaufstellung des Vorstandes am 26. März 2020 sowie einer fokussierten Strategie hat sich die ProSiebenSat.1-Aktie von ihrem damaligen Kurs in Höhe von 6,76 Euro und ihrem Tiefstand von 5,89 Euro am 18. März 2020 deutlich erholt. Gegenüber dem 26. März 2020 weist die ProSiebenSat.1-Aktie am Jahresende 2021 ein Plus von 107 Prozent auf. Die gesamte Aktienrendite beläuft sich für diesen Zeitraum auf 113 Prozent. Die Vergleichsindizes DAX, MDAX und EuroStoxx Media sowie die aufgeführten Vergleichsunternehmen schnitten mit einem Plus zwischen 20 und 75 Prozent deutlich schwächer ab.
→ Strategie und Ziele

KURSENTWICKLUNG DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE AKTIE



Basis: Xetra Schlusskurse, Index 100 = 26. März 2020; Quelle: Bloomberg

KENNZAHLEN ZUR PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE AKTIE IM MEHRJAHRESVERGLEICH

		2021	2020	2019	2018	2017
Grundkapital zum Bilanzstichtag	Euro	233.000.000	233.000.000	233.000.000	233.000.000	233.000.000
Anzahl Aktien zum Bilanzstichtag	Stück	233.000.000	233.000.000	233.000.000	233.000.000	233.000.000
Free-Float-Marktkapitalisierung zum Geschäftsjahresende (gemäß Deutsche Börse)	Mio Euro	2.488	2.421	2.900	3.734	6.502
Börsenkurs zum Geschäftsjahresende (XETRA)	Euro	14,01	13,76	13,91	15,55	28,71
Höchster Börsenschlusskurs (XETRA)	Euro	18,92	14,04	16,58	32,78	41,51
Tiefster Börsenschlusskurs (XETRA)	Euro	13,00	5,89	10,76	15,16	24,28
Dividende je dividendenberechtigter Aktie	Euro	–/–[1]	0,49	0,0[2]	1,19	1,93
Dividendensumme	Mio Euro	–/–[1]	111	0[2]	269	442
Bereinigtes Ergebnis je Aktie[3]	Euro	1,60	0,98	1,71	2,36	2,40[3]
Bereinigter Konzernjahresüberschuss (Adjusted net income)[3]	Mio Euro	362	221	387	541	550
Gewichtete durchschnittliche Anzahl ausgegebener Aktien	Stück	226.234.153	226.147.133	226.088.493	228.702.815	228.854.304
Dividendenrendite auf Basis Börsenschlusskurs	Prozent	–/–[1]	3,6	0,0[2]	7,7	6,7
Handelsvolumen XETRA insgesamt	Mio Stück	286,7	462,3	377,8	357,4	348,0

1 Dividendenvorschlag siehe Unternehmensausblick.
2 Die Aktionär:innen der ProSiebenSat.1 Media SE haben auf der Hauptversammlung am 10. Juni 2020 dem Vorschlag des Vorstands und Aufsichtsrats zugestimmt, den Bilanzgewinn des Geschäftsjahres 2019 in voller Höhe auf neue Rechnung vorzutragen. Diese Maßnahme war Teil eines stringenten Finanzmanagements in einem COVID-19-geprägten Umfeld. Dadurch hat sich der Konzern eine zusätzliche Liquidität von 192 Mio Euro gesichert, die ursprünglich für die Dividendenausschüttung vorgesehen war.
3 Seit 1. Januar 2018 Umbenennung des underlying net income in adjusted net income und underlying earnings per share in adjusted earnings per share.

Die ProSiebenSat.1 Group treibt ihre Diversifizierung konsequent voran. Dies ist ein zunehmend entscheidender Wettbewerbsvorteil gegenüber traditionellen Medienhäusern und Wettbewerbern mit pan-europäischem Fokus. Dabei wächst ProSiebenSat.1 nachhaltig und profitiert von der synergetischen Aufstellung der Gruppe. Vor diesem Hintergrund empfahlen 69 Prozent der Analyst:innen die ProSiebenSat.1-Aktie Ende 2021 zum Kauf; 25 Prozent sprachen sich dafür aus, die Aktie zu halten. Das durchschnittliche Kursziel (Median) der Analyst:innen lag bei 21,00 Euro. Insgesamt haben am Ende des Berichtsjahres 16 Brokerhäuser und Finanzinstitute die ProSiebenSat.1-Aktie aktiv bewertet und Research-Berichte veröffentlicht.

AKTIONÄRSSTRUKTUR DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

Die Aktien der ProSiebenSat.1 Media SE werden größtenteils von institutionellen Investoren aus Europa und den USA gehalten. Größte Einzelaktionäre waren zum 31. Dezember 2021 MFE-MediaForEurope (vormals: Mediaset N.V.) mit registriertem Sitz in Amsterdam, Niederlande, und Verwaltungssitz in Cologno Monzese, Italien, und Mediaset España Comunicación, Madrid, Spanien. Zusammen hielten sie zum 31. Dezember 2021 Anteile, die sich ausweislich der Stimmrechtsmitteilung vom 3. Dezember 2021 zu 19,1 Prozent aus Aktien mit Stimmrechten und zu 4,6 Prozent Stimmrechte aus Instrumenten i.S. des §38 Abs. 1 Nr. 1 und Nr. 2 WpHG zusammensetzten. Diese Position hat sich in Summe gegenüber dem Vorjahresende damit um 0,5 Prozentpunkte leicht verringert. Ein weiterer großer Aktionär ist die BlackRock, Inc., Wilmington, Delaware, USA („BlackRock"), die ausweislich der Stimmrechtsmitteilung vom 6. Oktober 2021 mit 3,0 Prozent an der ProSiebenSat.1 Media SE beteiligt ist.

Insgesamt waren zum 31. Dezember 2021 78,0 Prozent der Aktien der ProSiebenSat.1 Media SE im Streubesitz (31. Dezember 2020: 78,3 %); darin enthalten sind 23,4 Prozent, die im Besitz von Privataktionär:innen lagen (31. Dezember 2020: 24,7 %). 2,9 Prozent (6.694.738 Aktien) waren im eigenen Bestand (31. Dezember 2020: 2,9 %).

Gemäß Stimmrechtsmitteilungen vom 14. Januar und 15. Februar 2022 haben MFE-MediaForEurope und Mediaset España Comunicación ihre Beteiligung an der ProSiebenSat.1 Media SE insbesondere durch die Ausübung von Instrumenten erhöht und halten nunmehr zusammen 21,6 Prozent Aktien mit Stimmrechten und 2,3 Prozent Stimmrechte aus Instrumenten i.S. des §38 Abs. 1 Nr. 1 und Nr. 2 WpHG. Demzufolge hat sich der Streubesitz auf 75,5 Prozent verringert.

HAUPTVERSAMMLUNG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2020

Die ordentliche Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media SE für das Geschäftsjahr 2020 fand am 1. Juni 2021 als virtuelle Veranstaltung statt. Die Austragung ohne physische Präsenz der Aktionär:innen oder ihrer Bevollmächtigten erfolgte in Übereinstimmung mit dem vom deutschen Gesetzgeber verabschiedeten COVID-19-Gesetz[4]. Alle zustimmungspflichtigen Beschlussvorschläge wurden von den Aktionär:innen mit deutlicher Mehrheit bei jedem einzelnen Vorschlag angenommen. Dafür bedanken wir uns bei allen Aktionär:innen.

Der Konzern hat den öffentlichen Teil der Hauptversammlung als Livestream auf der Website des Unternehmens übertragen. Dabei stellten sich Vorstand und Aufsichtsrat – wie auch in der Vergangenheit – den Fragen der Aktionär:innen. Die Aussprache selbst erfolgte über das Online-Aktionärsportal, bei dem sich alle Stimmberechtigten anmelden konnten. Im Vorfeld der Hauptversammlung haben die Aktionär:innen insgesamt über 260 Fragen eingereicht, die zum Teil aus mehreren Einzelfragen bestanden. Zusätzlich bestand die Möglichkeit, während der Aussprache Nachfragen zu stellen. Vorstand und Aufsichtsrat haben alle eingereichten Fragen beantwortet.

Mit deutlicher Mehrheit haben die Aktionär:innen für das Geschäftsjahr 2020 die Ausschüttung einer Dividende in Höhe von 0,49 Euro je dividendenberechtigter Stückaktie beschlossen. Dies entspricht 50 Prozent des adjusted net income und einer Ausschüttungssumme von 111 Mio Euro. Bezogen auf den Schlusskurs am 31. Dezember 2020 ergibt sich eine Dividendenrendite von 3,6 Prozent. Auf den Schlusskurs am Tag der Hauptversammlung, den 1. Juni 2021, bezogen, beträgt die Dividendenrendite 2,6 Prozent. Die Dividende wurde am 7. Juni 2021 ausgezahlt. Damit setzt die ProSiebenSat.1 Media SE ihre generelle Dividendenpolitik fort und hat trotz des Pandemie-bedingten Rückgangs der Werbeerlöse und des Konzernergebnisses im Geschäftsjahr 2020 eine Dividende ausgeschüttet. In weiteren Tagesordnungspunkten hat die diesjährige

4 Gesetz über Maßnahmen im Gesellschafts-, Genossenschafts-, Vereins-, Stiftungs- und Wohnungseigentumsrechts zur Bekämpfung der Auswirkungen der COVID-19 Pandemie vom 27. März 2020.

Hauptversammlung ebenfalls mit deutlicher Mehrheit unter anderem die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2020 entlastet und das überarbeitete Vergütungssystem der Vorstandsmitglieder sowie den vorgeschlagenen Kapitalermächtigungen zugestimmt. Die hohe Zustimmung in den Abstimmungsergebnissen unterstreicht das Vertrauen unserer Aktionär:innen in den Vorstand und die Strategie der ProSiebenSat.1 Group.

KAPITALMARKTKOMMUNIKATION

Auch 2021 haben wir Investor:innen, Analyst:innen sowie Privataktionär:innen in zahlreichen Terminen u.a. im Rahmen von Roadshows und Konferenzen umfassend über die wirtschaftliche Entwicklung des Unternehmens informiert. Aufgrund der andauernden COVID-19-Pandemie erfolgte der Dialog weiterhin in virtueller Form. Schwerpunkte der Gespräche waren neben dem Geschäftsverlauf von ProSiebenSat.1 die Portfolioveränderungen des Konzerns. Zudem rückten ESG (Environment, Social, Governance)-Themen zunehmend in den Fokus von Investor:innen, Analyst:innen sowie Privataktionär:innen.

Alle relevanten Unternehmensinformationen werden auf der Homepage www.ProSiebenSat1.com zeitnah und gegebenenfalls auch ad-hoc in deutscher und englischer Sprache publiziert. Zusätzlich stellt der Konzern den Kapitalmarktteilnehmer:innen Audio-Aufzeichnungen anlässlich der Quartalsberichterstattung zur Verfügung; diese sind abrufbar unter:
→ www.prosiebensat1.com/investor-relations/publikationen/ergebnisse

ESG-RATINGS

Wir sind uns unserer unternehmerischen und gesellschaftlichen Verantwortung bewusst und sehen sie als ganzheitliche Herausforderung an. Denn Erfolg bedeutet für die ProSiebenSat.1 Group nicht nur, die wirtschaftlichen Ergebnisse des Konzerns langfristig zu steigern. Erfolg heißt für uns auch, die Nachhaltigkeitsleistung und die nichtfinanziellen Leistungsindikatoren des Konzerns konsequent weiterzuentwickeln. Dazu gehört auch unsere besondere Verantwortung im Mediensektor: Mit unseren Programmen leisten wir einen wichtigen Beitrag für ein pluralistisches Meinungsbild. Wir wollen eine weltoffene und demokratische Gesellschaft darstellen und vor allem über unsere Plattformen befördern.

Die nichtfinanzielle Leistung von ProSiebenSat.1 in den Bereichen Umwelt, Soziales und Unternehmensführung (Environmental, Social, Governance) wird zudem von verschiedenen Rating-Agenturen analysiert. Im Jahr 2021 wurden wir unter anderem im Rahmen der ESG-Ratings von ISS, MSCI und Sustainalytics bewertet.

Wir arbeiten kontinuierlich daran, die Nachhaltigkeitsstrategie des Konzerns weiterzuentwickeln, die nichtfinanziellen Kennzahlen zu verbessern und die Transparenz gegenüber unseren Interessensgruppen zu erhöhen. Vor diesem Hintergrund hat der Aufsichtsrat die Ernst & Young Wirtschaftsprüfungsgesellschaft beauftragt, den gesonderten nichtfinanziellen Bericht (NFB) inhaltlich zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit (Reasonable Assurance) bezüglich der gemäß §§ 315b, 315c i. V. m. 289b bis 289e HGB gesetzlich geforderten Angaben zu prüfen.
→ Nachhaltigkeit

KONZERNLAGEBERICHT

5 Dieser Abschnitt ist Bestandteil des geprüften Konzernlageberichts. Er befindet sich in diesem Geschäftsbericht im Abschnitt „An unsere Aktionäre“.

GESAMTAUSSAGE AUS SICHT DER UNTERNEHMENSLEITUNG: UNSER KONZERN

Trotz der andauernden COVID-19-Pandemie hat die ProSiebenSat.1 Group 2021 erneut den Erfolg und die Resilienz ihres Geschäftsmodells unter Beweis gestellt: Wir haben unser Portfolio noch fokussierter und synergetischer aufgestellt und sind als Konzern auch in diesem herausfordernden Umfeld dynamisch und profitabel gewachsen. Vor allem der Werbemarkt hat sich seit dem zweiten Quartal 2021 schneller als erwartet von den Pandemie-Beschränkungen erholt, sodass wir unsere Erlöse hier deutlicher als zu Jahresbeginn angenommen steigern und unsere Marktführerschaft stärken konnten. Kern unserer Strategie sind Synergien: Wir diversifizieren unser Geschäft aus einem hochprofitablen und Cashflow-starken Entertainment-Geschäft heraus. Dabei nutzen wir unsere hohe Reichweite als Investitionswährung und können so Produkte sowohl unserer eigenen Verbrauchermarken als auch unserer Partner effizient und ohne große Cash-Investitionen bei einem Millionenpublikum vermarkten. Im Ergebnis sind wir nicht nur sehr profitabel – wir erzielen auch starke Renditen und können unseren Aktionär:innen eine attraktive Dividende bieten. Mit anderen Worten: Es geht uns nicht um reines Umsatzwachstum, sondern wir steuern unser Geschäft mit einer klaren Ergebnis- und Cashflow-Orientierung. Im Fokus steht dabei eine konsequente Wertsteigerung, weshalb die mittelfristigen finanziellen Auswirkungen unserer strategischen Projekte noch deutlich stärker in den Fokus rücken.

ORGANISATION UND KONZERNSTRUKTUR

GESCHÄFTSTÄTIGKEIT UND SEGMENTE

Unternehmensprofil und Geschäftstätigkeit

Die ProSiebenSat.1 Group ist ein innovativer Digitalkonzern, der auf drei starken Segmenten basiert: Entertainment, Dating & Video sowie Commerce & Ventures. In Deutschland sind wir die Nummer 1 im Zuschauer- und TV-Werbemarkt, wobei sich unsere Live- und On-Demand-Angebote synergetisch ergänzen. Als Digitalkonzern nutzen wir diese Millionen-Reichweite und Expertise im Entertainment-Geschäft auch, um in anderen Branchen führende Marken aufzubauen und digitale Umsatzmärkte zu erschließen.

Seit dem 1. Januar 2021 ist unser Geschäft in drei Segmente gegliedert, die sich gegenseitig stärken. Im Entertainment-Segment vereinen wir führende lineare und digitale Entertainment-Plattformen mit dem Content-, Distributions- und Vermarktungsgeschäft. Der Fokus unserer Programmstrategie liegt auf lokalen Inhalten, die wir live und on-demand gezielt über alle Plattformen ausspielen. Damit stärken wir unsere Wettbewerbsposition und grenzen uns gegenüber multinationalen Anbietern ab. Das Segment Dating & Video (vormals: Dating), das aus der 2020 gegründeten ParshipMeet Group besteht, bietet mit dem Portfolio der Parship Group sowie dem Geschäft der The Meet Group ein breites Spektrum an Online-Dating-Plattformen. Hier

konzentrieren wir uns darauf, ein synergetisches Plattform-Ökosystem für Social Entertainment, Dating und Online-Matchmaking aufzubauen und mit unserem bestehenden Entertainment-Portfolio zu vernetzen. Im Segment Commerce & Ventures bündeln wir die Investmentbereiche der ProSiebenSat.1 Group: Über Medialeistung und die Kraft unserer Marken bauen wir hier digitale Verbrauchermarken zu Marktführern auf. Unsere drei Segmente verbindet eine Vielzahl konkreter Synergien. Dabei ist die Medialeistung der ProSiebenSat.1-Plattformen das Fundament unserer starken Gruppe.

→ Strategie und Steuerungssystem

Hinter ProSiebenSat.1 stehen knapp 8.000 Mitarbeiter:innen, die mit großem Engagement die digitale Transformation der gesamten Gruppe vorantreiben. Die ProSiebenSat.1 Media SE mit Hauptsitz in München-Unterföhring ist börsennotiert.

» **INFORMATION**

Eine detaillierte Übersicht der Beteiligungsverhältnisse der ProSiebenSat.1 Group befindet sich im folgenden Abschnitt des Geschäftsberichts:

→ Konzern-Anhang, Ziffer 39 „Aufstellung des Anteilsbesitzes der ProSiebenSat.1 Group gemäß § 313 Abs. 2 HGB“

» **INFORMATION**

Die Erklärung zur Unternehmensführung gemäß §§ 289f und 315d HGB, sowie der Vergütungsbericht gemäß § 162 AktG sind im Geschäftsbericht sowie auf der Homepage der Gesellschaft veröffentlicht.

Segmente und Markenportfolio

Das Segment Entertainment bildet die Basis unseres Unternehmens. Gleichzeitig setzt die ProSiebenSat.1 Group insbesondere auf die synergetische Verbindung mit den beiden anderen Segmenten Dating & Video sowie Commerce & Ventures:

→ Strategie und Steuerungssystem → Wesentliche Ereignisse und Änderungen im Konsolidierungskreis

Entertainment: Mit unseren 15 Free- und Pay-TV-Sendern in Deutschland, Österreich und der Schweiz adressieren wir unterschiedliche Zielgruppen und erreichen in unserem Kernmarkt Deutschland monatlich über 60 Mio Menschen. Hinzu kommen knapp 11 Mio Unique User über unsere Online-Kanäle. In Deutschland ist die Senderfamilie um SAT.1, ProSieben, Kabel Eins, sixx, SAT.1 Gold, ProSieben MAXX und Kabel Eins Doku sowohl im Zuschauer- als auch im TV-Werbemarkt führend. Gleichzeitig stärkt der Konzern die Reichweite seines Digital-Portfolios und baut sein Angebot an Nutzungsmöglichkeiten immer weiter aus. Ziel ist es, unterschiedliche Zuschauergruppen unabhängig von Zeit, Ort oder Endgerät mit Bewegtbildangeboten zu erreichen.

Ein Beispiel hierfür ist die Streaming-Plattform Joyn GmbH („Joyn“): Joyn ist zentrales Element unserer Digitalstrategie und das digitale Produkt für unsere Video-Angebote – als App auf dem Connected TV, dem Smartphone oder anderen Geräten. 15 Content-Partner und über 70 Sender stellen hier ihre Inhalte zur Verfügung. Joyn bietet Zugriff auf alle Live-TV-Angebote der ProSiebenSat.1-Senderfamilie, eine umfassende Mediathek und exklusive Previews und Catch-ups aller Formate. Auch im Jahr 2022 wird der Konzern die Weiterentwicklung der Marke Joyn fortsetzen: Im Laufe des Frühjahrs werden alle mobilen Apps und die Apps des ProSiebenSat.1-Konzerns für Smart-TVs und Streaming-Devices sukzessive vom Markt genommen und durch Joyn ersetzt. Gleichzeitig bauen wir unser Inhalte-Angebot weiter aus: Auf Joyn werden dann etwa auch Previews unserer Prime-Time-Formate exklusiv zu sehen sein. Die Nachfrage der Zuschauer:innen nach frei verfügbaren Inhalten ist groß, daher spielt die Streaming-Plattform mit bis zu 4 Mio Unique Usern eine zentrale Rolle bei der Auswertung unserer Inhalte.

Teil des Digital-Angebots von ProSiebenSat.1 ist zudem die Digital Media & Entertainment-Company Studio71, die ein breites Portfolio von „Content Creators" auf digitalen Plattformen wie YouTube, Facebook und Instagram vermarktet und distribuiert und damit insbesondere die junge Zielgruppe zwischen 18 und 25 Jahren adressiert. Mit diesem Digital-Portfolio für das junge Publikum sowie insbesondere auch durch die Positionierung der Entertainment-Marke ProSieben, die gezielt jüngere Zuschauer:innen zwischen 14 und 39 Jahren anspricht, unterscheidet sich das Entertainment-Geschäft der Gruppe vom Wettbewerb.

Von diesem Medienmix profitiert ProSiebenSat.1 im Zuschauer- wie auch im Werbemarkt. Denn durch eine plattformübergreifende Zuschaueransprache bieten wir unseren Werbekund:innen ein crossmediales Vermarktungsportfolio, sichern die Relevanz von TV-Inhalten auch bei jungen Zielgruppen und stärken die Zuschauerbindung. Dabei begleitet der Konzern mit den Tochterunternehmen Seven.One Media GmbH („Seven.One Media") und Seven.One AdFactory GmbH („Seven.One AdFactory") Werbekund:innen und Agenturen von der Ideenfindung über die Konzeption bis zur Umsetzung.

Die ProSiebenSat.1 Group verfolgt eine crossmediale Strategie und treibt die Digitalisierung aktiv voran. Werbung zielgruppenspezifisch anbieten und beispielsweise nach soziodemografischen Kriterien ausstrahlen zu können, stellt einen weiteren wichtigen Erfolgsfaktor in der Vermarktung dar. In diesem Kontext investiert ProSiebenSat.1 auch weiterhin in die Bereiche AdTech und Data. Die Seven.One Entertainment Group vereint diesen Bereich wie auch alle Sendermarken sowie das Content-, Distributions- und Vermarktungsgeschäft unter einem Dach.
→ Forschung und Entwicklung → Chancenbericht

Das internationale Programmproduktions- und Vertriebsgeschäft von ProSiebenSat.1 wird unter der Dachmarke Red Arrow Studios GmbH („Red Arrow Studios") zusammengefasst. Dazu zählen internationale Produktionsgesellschaften, darunter die deutschsprachige RedSeven Entertainment GmbH („Redseven Entertainment"), das TV-Vertriebshaus Red Arrow Studios International sowie die Digital Media & Entertainment-Company Studio71. Im Fokus steht hier insbesondere das deutschsprachige Produktionsgeschäft, etwa mit Redseven Entertainment. Auf diese Weise unterstützt Red Arrow Studios das strategische Ziel des Konzerns, die lokalen, eigenproduzierten Programmanteile auf den Unterhaltungskanälen von ProSiebenSat.1 konsequent zu erhöhen.

Dating & Video: Nach dem Motto „Meet – Date – Love" decken wir mit der ParshipMeet Group ein breites Spektrum des Online-Dating-Markts ab. Auch geografisch ist die ParshipMeet Group breit diversifiziert: Dating-Plattformen wie eharmony, Parship, ElitePartner und LOVOO unterstützen Singles in Nordamerika, Europa und Australien bei der Partnersuche. Video-basierte Social-Dating- und Entertainment-Apps wie MeetMe, Skout, Tagged oder GROWLr ermöglichen ihren Nutzer:innen weltweit Kontakte und Unterhaltung. Auf diese Weise kann die ParshipMeet Group unterschiedlichen Kundengruppen ein umfassendes Angebot für ihre Suche nach Freundschaften, Flirts oder Liebe machen.

Das Portfolio ist durch ein klassisches Plattformgeschäft gekennzeichnet und gut skalierbar. Der starke Entertainment-Aspekt eröffnet zugleich große Kooperationsmöglichkeiten mit unserem Entertainment-Segment. Dabei ist das Erlösmodell diversifiziert und umfasst neben lang- und kurzfristigen Abonnements auch Plattformdienste, Einnahmen aus In-App-Käufen und Marketingleistungen sowie Vertriebserlöse. Insbesondere das Live-Video-Streaming-Know-how der ParshipMeet Group, stärkt unsere Position im Dating-Geschäft und eröffnet zusätzliches Erlöspotenzial. So nutzen wir beispielsweise unsere video-Platform-as-a-Service-Lösung („vPaaS"), die Streamer:innen die Möglichkeit bietet, plattformübergreifend ein breites Publikum zu erreichen, nicht nur für die eigenen Angebote, sondern stellen sie auch Drittunternehmen zur Verfügung. Weitere Einsatzfelder werden kontinuierlich konzernübergreifend geprüft und könnten darüber hinaus ebenfalls zusätzlich an Dritte lizenziert werden.

Das Segment Dating & Video mit der ParshipMeet Group ist aus einem erfolgreichen Commerce & Ventures-Geschäft entstanden: Das initiale Investment im Bereich Online-Matchmaking erfolgte

2012 über eine Media-for-Revenue-Partizipation an Parship, in den folgenden Jahren hat ProSiebenSat.1 dann die Mehrheit erworben und weitere Online-Dating-Marken akquiriert. In diesem Kontext hat die ProSiebenSat.1 Group im Jahr 2020 die The Meet Group erworben, die das Portfolio der Parship Group synergetisch ergänzt und wesentlich zur Umsatzdiversifizierung des Konzerns beiträgt.

Commerce & Ventures: Im Segment Commerce & Ventures bündeln wir unsere verschiedenen Beteiligungen an Digitalunternehmen mit Verbraucherfokus. Durch ein breites Spektrum an Beteiligungsformen verfügen wir über die Möglichkeit, Unternehmen in den verschiedensten Wachstumsphasen zu begleiten: von der Seed-Finanzierung über Media-for-Revenue- und Media-for-Equity-Deals bis hin zu strategischen Mehrheitsbeteiligungen. Dabei verbindet die Unternehmen eine gemeinsame Basis: Wir investieren in Digitalfirmen, die von der Reichweite unserer Plattformen profitieren.

Am Anfang unserer Wertschöpfungskette steht der SevenAccelerator, der zu unserem Investitionsarm SevenVentures GmbH („SevenVentures) gehört. Bei SevenVentures unterstützen wir Unternehmen durch Media-for-Revenue- oder Media-for-Equity-Geschäfte mit unserer TV- und Digital-Reichweite und machen die Verbrauchermarken auf diese Weise bekannt. Neben diesen Minderheitsbeteiligungen gehören strategische Minderheits- und Mehrheitsbeteiligungen unseres Investitionsvehikels SevenGrowth ebenso zu diesem Segment wie das Portfolio der NCG – NUCOM GROUP SE („NuCom Group“). Mit dieser fokussierten Aufstellung will ProSiebenSat.1 die direkte Zusammenarbeit zwischen Gesellschaftern und Beteiligungsunternehmen weiter fördern und so das Synergiepotenzial innerhalb des Konzernverbunds noch stärker ausbauen.

SEGMENTE DER PROSIEBENSAT.1 GROUP IM GESCHÄFTSJAHR 2021

ENTERTAINMENT	DATING & VIDEO[1]	COMMERCE & VENTURES
Das Segment Entertainment umfasst die Seven.One Entertainment Group mit unseren Sendermarken und dem Content-, Distributions- und Vermarktungsgeschäft, sowie das Produktions- und Vertriebsgeschäft der Red Arrow Studios und Studio71.	**Im Dating & Video-Segment decken wir mit der ParshipMeet Group ein breites Spektrum von Social Entertainment über Dating bis hin zu Online-Match-making ab.**	**In diesem Segment bündeln wir unsere Beteiligungen an digitalen Commerce-Unternehmen mit starkem Verbraucherfokus. Diese begleiten wir mit unseren Investitionsoptionen in den verschiedensten Wachstumsphasen.**

1 Das Segment Dating & Video wurde in den ersten drei Quartalen 2021 als Segment Dating berichtet und im vierten Quartal in Dating & Video umbenannt.

UNTERNEHMENSSTRUKTUR UND BETEILIGUNGEN

Die wirtschaftliche Entwicklung der ProSiebenSat.1 Group wird maßgeblich durch die unmittelbar und mittelbar gehaltenen Tochtergesellschaften bestimmt. Konzernobergesellschaft ist die ProSiebenSat.1 Media SE. In dieser Funktion zählen unter anderem die zentrale Finanzierung, das konzernweite Risikomanagement sowie die Weiterentwicklung der Unternehmensstrategie zu ihren Aufgaben. Im vorliegenden Konzernabschluss ist die ProSiebenSat.1 Media SE mit allen wesentlichen Tochtergesellschaften einbezogen – damit sind Unternehmen gemeint, an denen die

ProSiebenSat.1 Media SE mittelbar oder unmittelbar über die Mehrheit der Stimmrechte verfügt oder auf andere Weise zur Beherrschung der maßgeblichen Tätigkeiten des betreffenden Unternehmens befähigt ist.

→ Konzern-Anhang, Ziffer 4 „Konsolidierungskreis“

STRATEGIE UND STEUERUNGSSYSTEM

STRATEGIE UND ZIELE

ProSiebenSat.1 ist ein innovativer Digitalkonzern und das Zuhause populärer Unterhaltungs- sowie digitaler Verbrauchermarken. Der strategische Fokus unserer Gruppe liegt auf einem diversifizierten Konzernportfolio, das aus drei starken Segmenten besteht: Entertainment, Dating & Video sowie Commerce & Ventures.

Unser Ziel ist es, in allen drei Segmenten profitabel zu wachsen. Dafür heben wir auch konsequent die Synergien zwischen unseren drei Geschäftsbereichen. Unsere Reichweite und Media-Power sind hier die Basis. Durch unser diversifiziertes Umsatz- und Ergebnisprofil stärken wir immer mehr unsere Unabhängigkeit von klassischen TV-Werbeerlösen und damit die Resilienz unseres Geschäftsmodells. Dies hat sich während der COVID-19-Pandemie klar gezeigt.
→ Geschäftstätigkeit und Segmente

Der Megatrend Digitalisierung ist und bleibt einer der bestimmenden Faktoren für die Entwicklung unseres Unternehmens. Die Digitalisierung verändert unsere Geschäftsfelder und bietet große Chancen. Beispielsweise wird die Mediennutzung immer digitaler: Fernsehinhalte können zu jeder Zeit, auf jedem Gerät und von jedem Ort abgerufen werden. Die TV-Vermarktung profitiert von modernen Technologien wie Addressable TV, die es beispielsweise ermöglichen, TV-Werbung auf internetfähigen Geräten in Echtzeit auszusteuern und Zielgruppen passgenau anzusprechen. Auch in den Konsummärkten, in denen die ProSiebenSat.1 Group aktiv ist, beschleunigt sich der digitale Wandel immer mehr und treibt die Nutzung von Online-Angeboten voran. Dies gilt auch für Online- bzw. Live-Videos in Branchen wie Dating, die durch die zunehmende Digitalisierung weiter an Bedeutung gewinnen.

Aus den Veränderungen in den Marktumfeldern ergeben sich für die ProSiebenSat.1 Group vielfältige Chancen, die in der Strategie des Konzerns reflektiert sind.

Was uns antreibt

Marken zu stärken und unvergessliche Momente zu schaffen – das ist der Kern unserer Gruppe und treibt uns jeden Tag an. Wir informieren, unterhalten und verbinden Menschen rund um die Uhr. Wir bieten ihnen Produkte, Services und Erlebnisse, die ihren Alltag bereichern. So erreichen wir Tag für Tag Millionen von Menschen.

Wir zeigen Unterhaltung und Information auf allen Plattformen – live und on-demand. Hiermit leisten wir auch einen wichtigen Beitrag zur Meinungsbildung und Meinungsvielfalt. Die große Reichweite unserer Entertainment-Angebote nutzen wir, um Marken bekannt zu machen und schaffen Umfelder, in denen sie nachhaltig wachsen können. Davon profitieren nicht nur die Marken unserer Werbekund:innen, sondern auch unsere eigenen Verbrauchermarken in den Segmenten Dating & Video sowie Commerce & Ventures. Hier investieren wir in digitale Marken und Geschäftsmodelle sowie internationale Plattformen mit langfristigen Wachstumsaussichten und einem hohen Synergiepotenzial mit unserem Entertainment-Segment.

Unsere Investitionswährung Reichweite bietet uns die Möglichkeit, Produkte effizient bei einem Millionenpublikum zu vermarkten und neue Wachstumsfelder mit geringem unternehmerischem Risiko zu schaffen. Diese Investitionsstrategie in Kombination mit einem attraktiven

Entertainment-Geschäft stärkt unseren ROI (Return on Investment) sowie unsere Dividendenrendite.

Wir wollen einer der führenden digitalen Infotainment- und Entertainment-Anbieter in der DACH-Region sein und mit dieser Stärke weltweite, synergetische digitale Verbraucherplattformen auf- und ausbauen. Quelle unserer Synergien ist unser Know-how in den Bereichen Content, digitale Geschäftsmodelle, Plattformen und Verbrauchermarken. Auf diese Weise treiben wir das Wachstum und die Wertsteigerung der ProSiebenSat.1 Group voran.

Segment Entertainment

Im Segment Entertainment konzentrieren wir uns auf die Kernmärkte Deutschland, Österreich und Schweiz. Hier vereinen wir führende lineare und digitale Entertainment-Plattformen mit dem Content-, Distributions- und Vermarktungsgeschäft.

Unser Anspruch ist es, auch künftig Marktführer für Video-Inhalte in der DACH-Region zu sein: Dafür fokussieren wir uns auf die Produktion von lokalen, relevanten Inhalten, die wir immer mehr selbst produzieren sowie gezielt live und on-demand über alle Plattformen ausspielen. Insbesondere unsere Streaming-Plattform Joyn sowie unsere Digital Media & Entertainment-Company Studio71 spielen für unsere wachsende digitale Reichweite eine wichtige Rolle.

Mit unserem Digital-Fokus erhöhen wir unsere Gesamtreichweite und stärken unsere Monetarisierungsmöglichkeiten. Vor allem durch moderne, digitale Werbeprodukte ermöglichen wir unseren Werbekund:innen die zielgerichtete Ansprache von Nutzer:innen und erschließen damit zusätzliches Umsatzpotenzial.

Auf diese Weise schaffen wir ein zukunftsfittes, profitables Entertainment-Geschäft und die Grundlage für Wachstum in den anderen beiden Segmenten.

Segment Dating & Video

Die ParshipMeet Group bietet mit dem Portfolio der Parship Group sowie dem Geschäft der The Meet Group ein breites Spektrum an Online-Dating-Plattformen. Wir wollen die ParshipMeet Group als einen der führenden international agierenden Mobile-First-Player in den Bereichen Dating und Social Entertainment etablieren. Dazu bauen wir ein synergetisches Plattform-Ökosystem für Social Entertainment, Dating und Online-Matchmaking auf.

Die ParshipMeet Group agiert in einem stark wachsenden Marktumfeld mit einem breit aufgestellten Erlösmodell. Dazu gehören kurz- und langfristige Abonnements, der Verkauf virtueller Güter, Marketingleistungen und Vertriebserlöse. Die Plattformen sprechen eine breite Zielgruppe in einem großen geografischen Raum an. Ein wichtiges Element ist das Know-how der ParshipMeet Group im Bereich Live-Video-Streaming. Das stärkt unsere Position im Dating-Geschäft und eröffnet neues Wachstumspotenzial für den gesamten Konzern.

Segment Commerce & Ventures

Im Segment Commerce & Ventures bündeln wir die Wachstumsgeschäfte der ProSiebenSat.1 Group, die wir über Medialeistung und die Kraft unserer Marken aufbauen und erfolgreich machen. Über unsere unterschiedlichen Beteiligungsformen können wir Unternehmen in den verschiedensten Wachstumsphasen begleiten. Unser Ziel ist es, hier zum führenden Markeninvestor in der DACH-Region zu werden. Dafür investieren wir in digitale Verbrauchermarken mit langfristigem strukturellen Wachstumspotenzial und Synergien mit unserem Unterhaltungsgeschäft.

Am Anfang unserer Wertschöpfungskette steht der SevenAccelerator, der sich auf digitale Start-ups in der Frühphase konzentriert. Mit unserem Investitionsarm SevenVentures unterstützen wir

junge Unternehmen durch Media-for-Revenue- oder Media-for-Equity-Geschäfte mit unserer Reichweite bei ihrem Wachstum und bauen damit Minderheitsbeteiligungen auf. Darüber hinaus gehören auch strategische Minderheits- und Mehrheitsbeteiligungen unseres Investitionsvehikels SevenGrowth zu diesem Segment, ebenso wie das Portfolio der NuCom Group. Hierbei stehen die Synergiepotenziale mit unserem Entertainment-Geschäft im Vordergrund.

Im Zentrum unserer Investitionsstrategie steht unsere Reichweite: Wir finanzieren Wachstum auch ohne hohe Barinvestments über Media, nach dem Prinzip „Reichweite trifft Idee". Mit dieser Investmentstrategie erschließen wir neue Marktsegmente wie etwa zuletzt bei der Investition in die Online-Fitness-Plattform Urban Sports GmbH („Urban Sports Club"). Zugleich erzielen wir attraktive Renditen und können unseren Aktionär:innen eine ertragsorientierte Ausschüttung bieten.

Dabei gilt: Wir bewerten kontinuierlich, ob ProSiebenSat.1 in der jeweils nächsten Entwicklungsphase immer noch der beste Eigentümer des jeweiligen Unternehmens ist. Sollte ein Geschäft keine starke Nähe zu unserem Entertainment-Geschäft oder kein Potenzial für ein internationales Plattformgeschäft mehr haben, sind wir bereit, diese gut entwickelten Commerce-Marken an einen geeigneteren Eigentümer zu verkaufen und den geschaffenen Wert zu realisieren.

Unsere Synergien

Unsere drei Segmente verbindet eine Vielzahl konkreter Synergien, die sich positiv sowohl auf die Umsatz- als auch auf die Ergebnisentwicklung der Gruppe auswirken. Dabei ist die Medialeistung der ProSiebenSat.1-Plattformen das Fundament unserer starken Gruppe.

Das Entertainment-Geschäft bietet durch die Reichweite und Vermarktungsangebote unserer Plattformen die Möglichkeit, die Bekanntheit der ParshipMeet-Marken in den deutschsprachigen Märkten weiter zu steigern. Dies hat bereits in der Vergangenheit die marktführenden Positionen der Dienste Parship und ElitePartner in ihren deutschsprachigen Märkten deutlich unterstützt. Wir wollen darüber hinaus die Bereiche Entertainment und Dating & Video eng verzahnen: Durch die Kombination der Live-Video-Streaming-Kompetenz der ParshipMeet Group mit unserer Entertainment-Expertise schaffen wir neue Synergiemöglichkeiten.

Gleichzeitig bauen wir durch die Reichweite und Vermarktungsangebote unseres Entertainment-Geschäfts sowohl unsere eigenen Commerce-Marken als auch die unserer Ventures-Partner zu führenden Verbrauchermarken auf. Mit der Werbung auf unseren Plattformen unterstützen wir die Unternehmen dabei, ihre Markenbekanntheit zu stärken und Umsatz und Unternehmenswert zu erhöhen. Dadurch entstehen langfristige, enge Kundenbeziehungen zwischen den Unternehmen und unserer Vermarktung. Zusätzlich generieren wir über unsere Commerce-Beteiligungen Daten, mit denen wir unsere Werbeangebote adressierbar machen und individuell auf unsere Nutzer:innen zuschneiden können.

Unsere Ziele

Mit dieser Strategie will die ProSiebenSat.1 Group auch mittel- und langfristig attraktiv für alle Stakeholder sein und mit einer klaren Ergebnis- und Cashflow-Orientierung in allen drei Segmenten profitabel wachsen – auch um den Anteil der Geschäftsbereiche außerhalb der TV-Werbeerlöse in der DACH-Region zunehmend zu vergrößern. Im Mittelpunkt steht dabei ein konsequentes Wertschaffen: Deshalb hat der Konzern weiterhin das Ziel, mittelfristig einen P7S1 ROCE (Return on Capital Employed) von über 15 Prozent zu erreichen, eine verlässliche Dividende von ca. 50 Prozent des adjusted net income an die Aktionär:innen auszuschütten sowie einen Verschuldungsgrad in einer Bandbreite von 1,5x bis 2,5x zu erzielen.
→ Unternehmensausblick

Darüber hinaus bekennt sich die ProSiebenSat.1 Group klar zu ihren Verpflichtungen in den Bereichen Gesellschaft, Diversität & Inklusion, Klima & Umwelt sowie Governance & Compliance, die

die Basis unserer Nachhaltigkeitsstrategie bilden. Dabei richtet der Konzern seine Nachhaltigkeitsarbeit an den UN-Zielen für nachhaltige Entwicklung aus.

PLANUNG UND STEUERUNG

Das kennzahlenbasierte Steuerungssystem der ProSiebenSat.1 Group bildet die Grundlage für alle wirtschaftlichen und strategischen Entscheidungen des Unternehmens. Die unternehmensspezifischen Leistungsindikatoren ergeben sich aus der Konzernstrategie und umfassen sowohl finanzielle als auch nichtfinanzielle Aspekte. Ihre Planung und Steuerung erfolgt zentral über den Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE. Der Planungs- und Steuerungsprozess wird durch die Überwachung der Kennzahlen auf Basis regelmäßig aktualisierter Daten ergänzt. Dazu zählt auch die Beurteilung von Entwicklungen im Rahmen des Chancen- und Risikomanagements.
→ Risiko- und Chancenbericht

Unternehmensinternes Steuerungssystem

Die für die ProSiebenSat.1 Group spezifischen Leistungsindikatoren orientieren sich an den Interessen der Kapitalgeber:innen und umfassen neben Aspekten einer ganzheitlichen Umsatz- und Ergebnissteuerung auch die Finanzplanung.

ÜBERSICHT BEDEUTSAMSTE LEISTUNGSINDIKATOREN ZUM 31. DEZEMBER 2021

BEDEUTSAMSTE NICHTFINANZIELLE LEISTUNGSINDIKATOREN
Segment Entertainment
– Zuschauermarktanteile

BEDEUTSAMSTE FINANZIELLE LEISTUNGSINDIKATOREN
Konzern
– Umsatzerlöse
– Adjusted EBITDA
– Adjusted net income
– Adjusted Operating Free Cashflow
– P7S1 ROCE
– Verschuldungsgrad

Bedeutsamste nichtfinanzielle Leistungsindikatoren: Die Entwicklung der Zuschauermarktanteile ist ein wichtiges Kriterium bei der Programm- und Mediaplanung im werbefinanzierten TV-Geschäft. Zudem dienen die Daten als Richtwert für die Kalkulation von Werbezeitenpreisen: Sie sagen aus, wie viele potenzielle Kund:innen eine Sendung erreicht. Dabei rücken die Zuschauermarktanteile in der Prime Time verstärkt in den Fokus, da insbesondere die Prime Time von 20:15 Uhr bis 23:00 Uhr die Hauptwerbezeit darstellt.
→ Entwicklung relevanter Marktumfelder der ProSiebenSat.1 Group

Die TV-Nutzungsdaten werden in Deutschland im Auftrag der AGF Videoforschung GmbH („AGF Videoforschung“) von der GfK Fernsehforschung erhoben. Die ProSiebenSat.1 Group wertet die von den Instituten empirisch erhobenen Zuschauerquoten täglich aus. Neben diesen Daten zu linearem TV-Konsum analysieren wir zusätzlich digitale Reichweitenkennzahlen sowie KPIs zu unseren datenbasierten Geschäftsmodellen. Ein Beispiel hierfür sind die gemessenen Daten aus HbbTV.

Bedeutsamste finanzielle Leistungsindikatoren: Die zentralen Kennzahlen zur Profitabilitätssteuerung sind die Umsatzerlöse, das adjusted EBITDA, das adjusted net income, der

adjusted Operating Free Cashflow, der P7S1 ROCE (Return on Capital Employed) sowie der Verschuldungsgrad. Ein vorrangiges Ziel ist die Steigerung der genannten Ergebnisgrößen durch kontinuierliches profitables Umsatzwachstum in allen Segmenten; gleichzeitig trägt ein aktives Portfoliomanagement im Segment Commerce & Ventures dazu bei. Dabei fungieren die Geschäftseinheiten größtenteils als Profit Center: Das bedeutet, sie handeln mit voller Umsatz- und Ergebnisverantwortung. Zudem ist Flexibilität eine wichtige Voraussetzung für unseren Erfolg, da sich die ProSiebenSat.1 Group in einem sehr dynamischen Branchenumfeld bewegt. Die Organisationseinheiten treffen ihre operativen Entscheidungen daher – innerhalb der zentral verabschiedeten Rahmenvorgaben – eigenständig und abgestimmt auf das Wettbewerbsumfeld – sowie mit der klaren Zielsetzung, durch Synergien Mehrwert für unsere Aktionär:innen zu schaffen.

Die Ertragskennzahl adjusted EBITDA steht für das bereinigte Betriebsergebnis (Ergebnis vor Zinsen, Steuern sowie Abschreibungen). Sondereffekte – wie beispielsweise M&A-bezogene Aufwendungen, Reorganisationsaufwendungen und Aufwendungen aus Rechtsstreitigkeiten – werden nicht berücksichtigt, sodass diese Kennzahl für den Vorstand als Hauptentscheidungsträger zur Beurteilung der operativen Ertragskraft des Konzerns dient. Das adjusted net income ist das den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnende bereinigte Konzernergebnis; es bietet einen geeigneten Anhaltspunkt für die Dividendenbemessung. Neben Anpassungen aus dem adjusted EBITDA werden hier insbesondere Abschreibungen und Wertminderungen aus Kaufpreisallokationen und weitere Sondereffekte bei der Berechnung bereinigt.

→ Definition von ausgewählten Non-IFRS-Kennzahlen

Sondereffekte können die operative Geschäftsentwicklung beeinflussen oder gar überlagern und einen Mehrjahresvergleich erschweren. Daher stellen bereinigte Ergebnisgrößen geeignete Performance-Maße dar, die nachhaltige Entwicklung der Ertragskraft des Konzerns und seiner Segmente zu bewerten. Die Betrachtung unbereinigter Ertragskennzahlen ermöglicht jedoch den ganzheitlichen Blick auf die Aufwands- und Ertragsstruktur. Relevant ist in diesem Kontext – zusätzlich zu den bedeutsamsten finanziellen Leistungsindikatoren Umsatzerlöse, adjusted EBITDA, adjusted net income, adjusted Operating Free Cashflow, P7S1 ROCE und Verschuldungsgrad – auf Konzernebene das EBITDA als weniger bedeutsamer Leistungsindikator. Da Steuer- und Abschreibungseinflüsse sowie die Finanzierungsstruktur nicht berücksichtigt werden, ermöglicht das EBITDA zudem eine einfachere Bewertung im internationalen Wettbewerbsvergleich.

Zur weiteren Fokussierung auf die operative Cashflow-Steuerung der Bereiche hat der Konzern im Geschäftsjahr 2021 den adjusted Operating Free Cashflow als bedeutsamsten finanziellen Leistungsindikator eingeführt. Seit 2021 ersetzt dieser den Free Cashflow vor M&A als relevante Cashflow-Steuerungsgröße des Konzerns. Der adjusted Operating Free Cashflow wird definiert als operativer Free Cashflow vor Zinsen und Steuern und berechnet sich aus dem adjusted EBITDA korrigiert um Cash-neutrale Aufwendungen und Erträge sowie abzüglich Investitionen (Programm- und sonstige Investitionen) und Veränderungen im Working Capital.

Darüber hinaus stellt der P7S1 ROCE (Return on Capital Employed) einen weiteren bedeutsamsten finanziellen Leistungsindikator zur Profitabilitätssteuerung dar. Er ermittelt sich aus dem Verhältnis des adjusted EBIT (bereinigtes Ergebnis vor Zinsen und Steuern) zuzüglich Pensionsaufwendungen und Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen zum durchschnittlich eingesetzten Kapital. Das adjusted EBIT ist das um Sondereffekte bereinigte Betriebsergebnis. Neben den Sondereffekten des adjusted EBITDA werden hierbei die Abschreibungen und Wertminderungen aus Kaufpreisallokationen (Konzernunternehmen und at-Equity Beteiligungen) sowie aus Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte bereinigt. Das eingesetzte Kapital ist die Differenz aus immateriellen Vermögenswerten (inkl. Geschäfts- oder Firmenwerte sowie Kaufpreisallokationen), Sachanlagen, at-Equity bewerteten Anteilen, Media-for-Equity-Investitionen, Programmvermögen, Vorräten, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie kurzfristigen sonstigen finanziellen Vermögenswerten (exklusive Derivate) und übrigen Forderungen und Vermögenswerten abzüglich Sonstige Rückstellungen, Verbindlichkeiten aus

Lieferungen und Leistungen, Verbindlichkeiten gegenüber at-Equity bewerteten Anteilen und Übrigen Verbindlichkeiten. Dabei bezieht sich der Wert auf den Durchschnitt der Stichtage der letzten fünf Quartale.

Ziel ist, mittelfristig eine Rendite auf das eingesetzte Kapital, also einen P7S1 ROCE, von mindestens 15 Prozent zu erzielen. Dafür sollen sich Erweiterungs- und Neuinvestitionen grundsätzlich innerhalb von drei Jahren amortisieren und dabei einen internen Zinsfuß (IRR = Internal Rate of Return) von mindestens 18 Prozent erwirtschaften. Strategische Projekte sollen sich im Regelfall innerhalb von fünf Jahren amortisieren. Dazu betreibt der Konzern eine konsequente Steuerung von Investitionen und bewertet dafür jedes Projekt in den Segmenten nach gleichen Zielparametern.

Die ProSiebenSat.1 Group investiert in Märkte mit langfristigen Wachstumschancen und prüft ihre Möglichkeiten für Portfolioerweiterungen. Teil der Investitionsstrategie ist die Akquisition von Unternehmen, die unser Portfolio synergetisch ergänzen und nachhaltig Wert für die Gruppe schaffen. Ein wichtiger Leistungsindikator für die Finanzplanung des Konzerns ist dabei ein kapitaleffizienter Verschuldungsgrad. Der Verschuldungsgrad gibt die Höhe der Netto-Finanzverbindlichkeiten im Verhältnis zum sogenannten LTM adjusted EBITDA an – dem adjusted EBITDA, das die ProSiebenSat.1 Group in den jeweils letzten zwölf Monaten realisiert hat (LTM = last twelve months). Zielwert ist ein Faktor zwischen 1,5x und 2,5x zum jeweiligen Jahresende, unterjährige Schwankungen können zu einer kurzfristigen Überschreitung des Zielkorridors führen, wenn unter anderem wichtige strategische Investitionen notwendig sind.

Finanzielle und nichtfinanzielle Leistungsindikatoren sind die Grundlage der Unternehmenssteuerung. Es ist daher konsequent, sie als Bemessungsgrundlage für eine zielorientierte variable Vergütung einzubeziehen: Für Mitarbeiter:innen auf den oberen Managementebenen sowie ausgewählte Vertriebsfunktionen ist der Performance Bonus relevant; dieser bemisst sich am Unternehmenserfolg und basiert auf den bedeutsamsten finanziellen Leistungsindikatoren Umsatz, adjusted EBITDA sowie dem adjusted Operating Free Cashflow.

Als variable Bemessungsgrundlage für die Vergütung des Vorstands dienten im Geschäftsjahr 2021 das adjusted net income, das EBITDA, der Free Cashflow vor M&A sowie der relative Total Shareholder Return. Am 1. Juni 2021 hat die Hauptversammlung ein neues Vergütungssystem für den Vorstand gebilligt, das bei Neuabschlüssen von Vorstandsdienstverträgen sowie bei Vertragsverlängerungen zur Anwendung kommt. Da es seit dem 1. Juni 2021 keine Neuabschlüsse sowie Vertragsverlängerungen mit Wirksamkeit im Geschäftsjahr 2021 gab, gilt in diesem Geschäftsjahr weiterhin das seit dem 1. Januar 2018 bestehende Vorstandsvergütungssystem. Im neuen Vergütungssystem hat der Aufsichtsrat das adjusted EBITDA sowie den adjusted Operating Free Cashflow als relevante finanzielle Erfolgsziele der kurzfristigen variablen Vergütung (Short Term Incentive) des Vorstands festgelegt. Im Short Term Incentive sind des Weiteren ESG-Ziele beinhaltet. Hingegen sind für die langfristige variable Vergütung (Long Term Incentive) des Vorstands die Erreichung des P7S1 ROCE sowie des relativen Total Shareholder Return von entscheidender Relevanz.

→ Vergütungsbericht

DEFINITION VON AUSGEWÄHLTEN NON-IFRS-KENNZAHLEN

ADJUSTED EBITDA

Adjusted EBITDA steht für adjusted Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization. Es beschreibt das um bestimmte Einflussfaktoren (Sondereffekte) bereinigte Betriebsergebnis (Ergebnis vor Zinsen, Steuern sowie Abschreibungen und Wertberichtigungen). Zu diesen Sondereffekten zählen:

- **M&A-bezogene Aufwendungen beinhalten Beratungsaufwendungen und sonstige Aufwendungen für laufende, abgeschlossene oder abgebrochene M&A-Transaktionen sowie Kosten, die im Zusammenhang mit einem Börsengang oder Delisting-Prozess stehen und Integrationskosten, die innerhalb eines Jahres nach dem wirtschaftlichen Erwerb anfallen.**
- **Reorganisationsaufwendungen enthalten Sach- und Personalkosten für Reorganisationen und Restrukturierungen. Sie umfassen Aufwendungen wie Abfindungen, Freistellungsgehälter, Beratungskosten, Rechtsberatungskosten sowie Wertminderungen von jeweils mindestens 0,5 Mio Euro.**
- **Aufwendungen für Rechtstreitigkeiten enthalten Ansprüche, Strafen, Bußgelder sowie Beratungskosten von jeweils mindestens 0,5 Mio Euro, die im Zusammenhang mit wesentlichen abgeschlossenen, laufenden oder drohenden Rechtsstreitigkeiten stehen.**
- **Anpassungen des beizulegenden Zeitwerts anteilsbasierter Vergütungen umfassen den ergebniswirksamen Teil der Änderungen des beizulegenden Zeitwertes von durch Barausgleich erfüllten anteilsbasierten Vergütungsplänen.**
- **Ergebnisse aus Änderungen des Konsolidierungskreises beinhalten Erträge und Aufwendungen im Rahmen von Fusionen, Unternehmensabspaltungen, Erwerben oder Verkäufen von Konzernunternehmen.**
- **Ergebnisse aus sonstigen wesentlichen Einmaleffekten beinhalten vom Finanzvorstand freigegebene, nicht mit der laufenden operativen Performance im Zusammenhang stehende Geschäftsvorfälle. Die ProSiebenSat.1 Group versteht unter wesentlichen Maßnahmen in diesem Zusammenhang Geschäftsvorfälle von jeweils mindestens 0,5 Mio Euro.**
- **Bewertungseffekte aus der strategischen Neuausrichtung von Business Units enthalten Aufwendungen im Rahmen von Veränderungen des zugrundeliegenden Geschäftszwecks bzw. der Strategie der betroffenen Einheiten von jeweils mindestens 25 Mio Euro.**

ADJUSTED NET INCOME

Das adjusted net income ist das den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnende Konzernergebnis, bereinigt um obenstehende, im Rahmen des adjusted EBITDA dargestellte Sondereffekte sowie bereinigt um weitere Sondereffekte. Zu diesen weiteren Sondereffekten zählen:

- **Abschreibungen und Wertminderungen aus Kaufpreisallokationen.**
- **Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte.**
- **Bewertungseffekte im sonstigen Finanzergebnis enthalten Wertminderungen und Neubewertungseffekte von Beteiligungen, nach der Equity-Methode bilanzierten Unternehmen und sonstigen finanziellen Vermögenswerten, die im sonstigen Finanzergebnis erfasst werden. Darüber hinaus kann die Group im Zuge mehrstufiger Unternehmenserwerbe die Beherrschung über bisher nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungsunternehmen erwerben. Die Effekte aus der Bewertung derartiger ursprünglicher Anteile zum beizulegenden Zeitwert im Rahmen der Erstkonsolidierung fallen auch unter diese Kategorie.**
- **Bewertungseffekte aus Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten enthalten Bewertungs-, Währungs- und Zinseffekte aus Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten.**
- **Bewertungseffekte aus Sicherungsgeschäften enthalten Ineffektivitäten und Auflösungen von im sonstigen Gesamtergebnis erfassten Beträgen aus Cashflow-Hedges sowie Effekte aus Sicherungsgeschäften, für die kein Hedge-Accounting im Sinne des IAS 39 Anwendung findet.**
- **Ergebnisse aus sonstigen wesentlichen Einmaleffekten beinhalten nicht mit der laufenden operativen Performance im Zusammenhang stehende Geschäftsvorfälle. Die ProSiebenSat.1 Group versteht unter wesentlichen Maßnahmen in diesem Zusammenhang Geschäftsvorfälle von jeweils mindestens 0,5 Mio Euro.**

Darüber hinaus werden die aus den Bereinigungen resultierenden Steuereffekte und Effekte auf das anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Periodenergebnis ebenfalls bereinigt.

AUSWEIS UND NUTZEN VON NON-IFRS-KENNZAHLEN

Dieser Geschäftsbericht enthält neben den nach IFRS ermittelten Finanzdaten auch sogenannte Non-IFRS-Kennzahlen. Die Überleitung dieser Non-IFRS-Kennzahlen auf die entsprechenden IFRS-Kennzahlen wird im folgenden Kapitel dargestellt:
→ Ertragslage des Konzerns

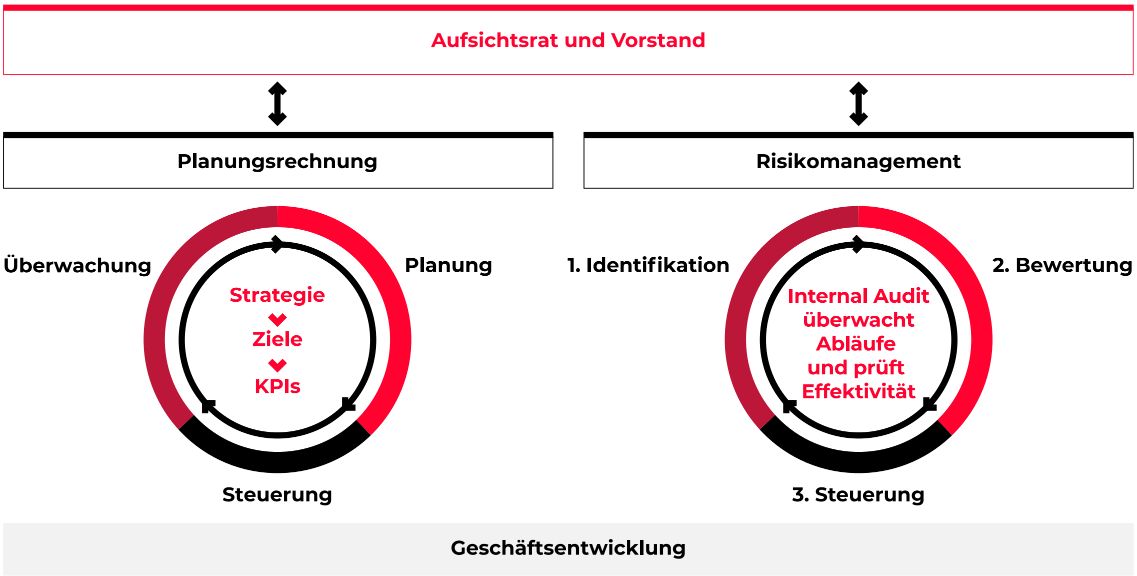
Die ProSiebenSat.1 Media SE verwendet für ihre finanziellen, strategischen und operativen Entscheidungen primär Non-IFRS-Kennzahlen als Entscheidungsgrundlage. Diese liefern auch Investor:innen Zusatzinformationen, die einen Vergleich der Performance im Mehrjahresvergleich erlauben, da sie um bestimmte Einflüsse bereinigt werden. Diese Kennzahlen werden nicht auf Basis der IFRS ermittelt und können sich daher von den Non-IFRS-Kennzahlen anderer Unternehmen unterscheiden. Daher ersetzen diese nicht die IFRS-Kennzahlen oder sind bedeutsamer als IFRS-Kennzahlen, sondern stellen eine Zusatzinformation dar. Wir sind davon überzeugt, dass die Non-IFRS-Kennzahlen aus den folgenden Gründen für Investor:innen von besonderem Interesse sind:

– Sondereffekte können die operative Geschäftsentwicklung beeinflussen oder gar überlagern; daher bieten um derartige Effekte bereinigte Kennzahlen Zusatzinformationen zur Beurteilung der operativen Leistungsfähigkeit des Unternehmens. Bereinigte Kennzahlen besitzen somit für die Steuerung des Unternehmens eine größere Relevanz.
– Das adjusted net income bildet zudem bei der ProSiebenSat.1 Media SE einen wichtigen Anhaltspunkt zur Ermittlung der Dividendenzahlung, da wir unsere Aktionär:innen an der operativen Ertragskraft des Unternehmens beteiligen wollen.
– Der Konzern hat ein ganzheitliches Steuerungssystem implementiert. Non-IFRS-Kennzahlen werden konsequent für die Vergangenheit und die Zukunft ermittelt; sie bilden eine bedeutende Grundlage für die interne Steuerung sowie die Entscheidungsprozesse der Unternehmensleitung.

Operative und strategische Planung

Steuerung und Planung greifen bei der ProSiebenSat.1 Group eng ineinander. So werden im Rahmen der Planung Soll-Größen definiert und für verschiedene zeitliche Perioden festgelegt. Im Fokus stehen die zuvor erläuterten Leistungsindikatoren. Die unterschiedlichen Ebenen des Planungsprozesses bauen aufeinander auf und sind mit unserem Risikomanagement verknüpft. Der Aufsichtsrat wird zudem vom Vorstand – sowohl innerhalb als auch außerhalb der Aufsichtsratssitzungen – regelmäßig über alle für das Unternehmen relevanten Fragen der Strategie, der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Risikolage, des Risikomanagements und der Compliance unterrichtet.

PLANUNGSRECHNUNG UND RISIKOMANAGEMENT DER PROSIEBENSAT.1 GROUP



Unternehmensplanung: Die Unternehmensplanung umfasst die operative Jahresplanung (Budget) sowie die langfristige Unternehmensplanung (Mehrjahresplanung) und stellt die detaillierte, zahlenseitige Abbildung der Strategieplanung dar. Sie erfolgt für das erste Jahr auf Monats- und für weitere vier Jahre auf Jahresbasis. Die strategisch abgeleiteten Zielvorgaben für das erste Planungsjahr werden für die einzelnen bedeutsamsten finanziellen und nichtfinanziellen Leistungsindikatoren im Gegenstromverfahren konkretisiert und auf die Mehrjahre fortgeschrieben. Die Finanzkennzahlen aus der Gewinn- und Verlustrechnung bzw. der Bilanz und Kapitalflussrechnung der einzelnen Tochterunternehmen werden analysiert und auf Segment- und Konzernebene verdichtet.

Monatsberichtswesen und Trendprognosen: Ein wichtiges Werkzeug zur unterjährigen Planung sind Trendprognosen: Dabei wird auf Basis der bisherigen Zielerreichung die auf Jahressicht erwartete Unternehmensentwicklung berechnet und mit den ursprünglich budgetierten Soll-Größen verglichen. Ziel ist es, potenzielle Soll-Ist-Abweichungen unmittelbar festzustellen und erforderliche Maßnahmen zur Gegensteuerung zeitnah umzusetzen. Auch im Jahr 2021 hat der Vorstand dem Aufsichtsratsgremium die kurz- und langfristige Zielerreichung erörtert. Neben der monatlichen Berichterstattung werden Risikopotenziale quartalsweise an den Group Risk Officer gemeldet. Hier wird insbesondere analysiert, wie sich Risikofrühwarnindikatoren unterjährig und im Zeitablauf verändert haben. Ein wichtiger Frühwarnindikator ist etwa die Entwicklung der Zuschauermarktanteile. Zusätzliche Chancen und damit mögliche positive Abweichungen von prognostizierten Zielen werden parallel zum Risikomanagement analysiert; sie werden in den Planungsrechnungen erfasst, sofern ihre Eintrittswahrscheinlichkeit mehr als 50 Prozent beträgt.

GESAMTAUSSAGE AUS SICHT DER UNTERNEHMENSLEITUNG: AUSWIRKUNGEN DER RAHMENBEDINGUNGEN AUF DEN GESCHÄFTSVERLAUF

2021 war für ProSiebenSat.1 ein Rekordjahr: Wir haben unsere Finanzziele im Verlauf des Jahres dreimal erhöht, zuletzt im November 2021. Als frühzyklisches Unternehmen konnten wir nach dem noch durch die Pandemie-Beschränkungen geprägten ersten Quartal von der konjunkturellen Erholung des Werbemarkts profitieren und unsere Marktführerschaft stärken. Der Werbemarkt in Deutschland ist 2021 deutlicher und schneller als erwartet gewachsen – diese Entwicklung sowie die positiven Prognosen für die kommenden Jahre unterstreichen die Rolle von TV als wirksamstes Werbemedium. Das abgelaufene Geschäftsjahr hat zudem den Erfolg unserer Diversifikationsstrategie, die auf drei Segmenten basiert, sowie die Resilienz unseres Geschäftsmodells bewiesen. Im Gesamtjahr stieg unser Konzernumsatz um 11 Prozent auf einen Höchstwert von 4.494 Mio Euro, unser adjusted EBITDA erhöhte sich um 19 Prozent auf 840 Mio Euro. Gleichzeitig greift unser konsequentes Cashflow-Management: Unsere Netto-Finanzverschuldung ist trotz Dividendenzahlung um 117 Mio Euro gesunken, der Verschuldungsgrad liegt damit mit 2,2x wieder klar im Zielkorridor. Dabei haben wir 2021 die günstigen Bedingungen am Fremdkapitalmarkt genutzt, um unsere Brutto-Verschuldung nachhaltig zu reduzieren, die durchschnittliche Laufzeit unserer Finanzierungsinstrumente zu verlängern sowie das Fälligkeitsprofil zu diversifizieren. Vor diesem Hintergrund ist unser Unternehmen langfristig solide aufgestellt.

RAHMENBEDINGUNGEN DES KONZERNS

ENTWICKLUNG VON KONJUNKTUR UND WERBEMARKT

Die Weltwirtschaft war 2021 das zweite Jahr in Folge maßgeblich durch die Ausbreitung des Coronavirus und seiner Virusvarianten bestimmt: Zwar erholte sich die Konjunktur weltweit insgesamt spürbar, die Entwicklung in den einzelnen Regionen und Ländern verlief aber sehr heterogen. Sie wurde vor allem durch die Effektivität von Impfkampagnen und Schutzmaßnahmen sowie das Ausmaß staatlicher Wirtschaftshilfen bestimmt. Vor diesem Hintergrund expandierten Volkswirtschaften wie die USA vor allem im ersten Halbjahr 2021. Im Gesamtjahr dürfte das Bruttoinlandsprodukt der USA als eine der größten Volkswirtschaften der Welt laut Schätzung des Internationalen Währungsfonds (IWF) real um 5,6 Prozent gestiegen sein. Die starke Aufwärtsdynamik führte jedoch in Verbindung mit eingeschränkten Produktionskapazitäten und Transportketten zu Lieferengpässen und erheblichen Preissteigerungen bei Rohstoffen und Vorprodukten wie Mikrochips. Dies hat die Entwicklung der globalen Industrie seit der zweiten Jahreshälfte 2021 zunehmend beeinträchtigt. Vor diesem Hintergrund rechnet der IWF für die Weltwirtschaft auf Jahressicht mit einem Wachstum von 5,9 Prozent (Vorjahr: -3,1 %).

In Europa setzte die konjunkturelle Erholung aufgrund des dortigen Infektionsgeschehens erst im zweiten Quartal 2021 ein, sie blieb jedoch bis in den Herbst hinein stabil. Starke Wachstumsimpulse lieferte insbesondere der zuvor durch Lockdown-Maßnahmen erheblich eingeschränkte private Konsum. Zum Jahresende stiegen die COVID-19-Fälle jedoch europaweit erneut signifikant. Die daraus resultierenden neuerlichen Beschränkungen und die stark gestiegenen Verbraucherpreise dämpften die Konsumdynamik entsprechend. Trotz des schwachen Schlussquartals (real +0,3 % vs. Vorquartal) ist das Bruttoinlandsprodukt der Eurozone im Gesamtjahr 2021 laut Europäischem Statistikamt mit real plus 5,2 Prozent dennoch kräftig gewachsen.

In Deutschland hat sich die Wirtschaft im Vergleich zu den großen europäischen Nachbarn eher zögerlich erholt. Zwischen Mitte Dezember 2020 und Anfang März 2021 beeinflusste der negative Verlauf der COVID-19-Pandemie sowie ein damit einhergehender weiterer strenger Lockdown die Wirtschaft. Die privaten Konsumausgaben sanken daher im ersten Quartal 2021 im Vergleich zum Vorzeitraum um real 5,3 Prozent, die Sparquote stieg auf 22,0 Prozent (Q1 2019: 14,4 %).

Im Sommerhalbjahr folgte – nach Lockerung der Beschränkungen – ein kräftiger Wachstumsschub. Dabei erholten sich vor allem kontaktintensive Dienstleistungen wie Gastronomie, Tourismus oder Kultur sowie Teile des stationären Einzelhandels spürbar. Bei stabiler Arbeitsmarkt- und Einkommensentwicklung sowie zusätzlich hohen Sparrücklagen verfügten die Haushalte über eine hohe Kaufkraft und Kauflust. Dementsprechend expandierte der private Konsum im zweiten und dritten Quartal 2021 jeweils gegenüber dem Vorzeitraum um real 3,8 Prozent bzw. 6,2 Prozent.

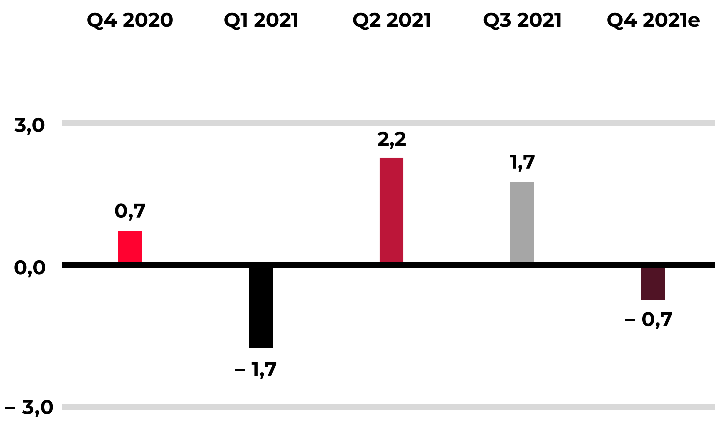
Parallel dazu kam die im Frühjahr gestartete Impfkampagne jedoch ins Stocken und mit Beginn des Winters stiegen die Infektionszahlen auch durch die neue Omikron-Virusvariante erneut stark an. Zusätzlich zu den entsprechend wieder eingeschränkten Konsummöglichkeiten erhöhte sich die Inflationsrate zum Jahresende auf Werte von über 5,0 Prozent. Dies schmälerte den Konsumspielraum der privaten Haushalte. Trotz aller Einschränkungen stiegen die Umsätze im deutschen Einzelhandel von Januar bis Dezember im Vergleich zum Vorjahreszeitraum real um 0,7 Prozent, nominal um 2,9 Prozent. Der Online-Handel legte weiter zu und war wie bereits 2020 einer der größten Profiteure der Pandemie (real +12,4 %).

Die für Deutschland besonders konjunkturrelevante Industrie, also das produzierende Gewerbe ohne Energie und Baugewerbe, geriet im zweiten Halbjahr unter Druck: So hatte sich die Industrie aufgrund der globalen Nachfrage zwar zunächst deutlich erholt, wurde im Jahresverlauf aber immer stärker durch Lieferengpässe und gestiegene Rohstoffkosten beeinträchtigt. Dadurch blieb die Industrieproduktion trotz eines hohen Auftragsbestands und günstiger Finanzierungsbedingungen unter ihren Möglichkeiten. Dies dämpfte wiederum die Exportdynamik. Aus diesen Gründen ist die deutsche Wirtschaft nach Schätzung des Statistischen Bundesamts im vierten Quartal 2021 im Vergleich zum Vorquartal um 0,7 Prozent gesunken. Für den privaten Konsum bedeutet die neue Pandemie-Welle mit der Omikron-Virusvariante ebenfalls einen Rückschlag, wenngleich dieser nicht das Ausmaß des Lockdowns im Winter 2020 erreichen dürfte.

Im Gesamtjahr 2021 ist das Bruttoinlandsprodukt aufgrund des guten Sommerhalbjahres mit real plus 2,7 Prozent (Vorjahr: -4,6 %) dennoch solide gewachsen. Der private Konsum blieb, trotz aller Einschränkungen, auf Vorjahresniveau (Vorjahr: -5,9 %).

→ Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen

ENTWICKLUNG DES BRUTTOINLANDSPRODUKTS IN DEUTSCHLAND
in Prozent, Veränderung gegenüber Vorquartal



Verkettet, preis-, saison- und kalenderbereinigt. p: Prognose. Quelle: Statistisches Bundesamt (Destatis), Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen vom 28.01.2022.

Die konjunkturellen Unsicherheiten und Beschränkungen des öffentlichen und sozialen Lebens durch die COVID-19-Pandemie prägten 2021 das Investitionsverhalten der Werbekunden: Nach starker Zurückhaltung im Lockdown-belasteten ersten Quartal (-4,3 %) stiegen die Brutto-TV-Werbeinvestitionen in den beiden Sommerquartalen kräftig an (Q2 2021: +26,7 %; Q3 2021: +22,6 %). Obwohl im letzten Vierteljahr angesichts steigender Infektionszahlen auch infolge der Omikron-Virusvariante und damit einhergehend neuerlichen Beschränkungen eine leichte Vorsicht zu spüren war, blieben die Zuwachsraten dennoch hoch (Q4 2021: +10,1 %). Insgesamt sind die Brutto-Investitionen in TV-Werbung im Gesamtjahr 2021 laut Nielsen Media Research um 12,7 Prozent auf 18,13 Mrd Euro gestiegen (Vorjahr: 16,10 Mrd Euro).

Die ProSiebenSat.1 Group ist Marktführer im deutschen TV-Werbemarkt. Der Konzern steigerte laut Nielsen Media Research 2021 seine TV-Werbeeinnahmen mit plus 11,9 Prozent auf 6,82 Mrd Euro brutto (Vorjahr: 6,09 Mrd Euro) annähernd auf Marktniveau. Daraus resultierte ein Marktanteil von 37,6 Prozent (Vorjahr: 37,8 %). Im wichtigen vierten Quartal lagen die TV-Werbeeinnahmen des Konzerns mit einem Plus von 8,6 Prozent ebenfalls deutlich über Vorjahr und betrugen 2,52 Mrd Euro (Vorjahr: 2,32 Mrd Euro). Dies entspricht einem Marktanteil für den ProSiebenSat.1-Konzern von 38,8 Prozent (Vorjahr: 39,4 %).

Aus der Vermarktung von InStream-Videoanzeigen, die online vor, nach oder während eines Bewegtbild-Streams gezeigt werden, erwirtschaftete die ProSiebenSat.1 Group auf Jahressicht einen Brutto-Umsatz von 329,5 Mio Euro (Vorjahr: 263,8 Mio Euro). Dies entspricht einem starken Anstieg von 24,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr, der folglich das Marktwachstum deutlich übertrifft: Das Marktvolumen für Werbebudgets in InStream-Videoanzeigen verzeichnete in Deutschland ein Plus von 15,3 Prozent auf 976,1 Mio Euro brutto (Vorjahr: 846,7 Mio Euro). In den Umsätzen sind globale Plattformanbieter wie Alphabet Inc. („Alphabet")/Google und Meta Platforms, Inc. („Meta")/Facebook nicht enthalten.

Auch auf Netto-Basis zeichnet sich insgesamt ein positives Bild für 2021 ab: Der Werbemarkt ist nach wie vor von der COVID-19-Krise betroffen, insgesamt hat sich der Markt jedoch deutlich schneller erholt als erwartet und verzeichnet nun wieder ein klares Wachstum: Laut der Prognose des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) vom November 2021 dürften die Netto-Werbeeinnahmen der Medien um 6,0 Prozent zugelegt haben. In den im Dezember 2021 veröffentlichten Prognosen für das Gesamtjahr 2021 erwarteten die Media-Agenturen Magna Global und ZenithOptimedia ein kräftiges Plus der Gesamt-Netto-Werbeausgaben von 19,7 bzw.

6,6 Prozent in Deutschland, die Werbeinvestitionen in TV sahen sie mit 16,8 bzw. 8,0 Prozent ebenfalls deutlich im Plus.

Diesen Trend konstatiert auch die ProSiebenSat.1 Group: Aus Konzernsicht konnte der TV-Werbemarkt auf Netto-Basis von der konjunkturellen Erholung in den Sommermonaten profitieren und einen deutlichen Aufwärtstrend gegenüber dem Vorjahr verzeichnen. Einen vergleichbaren Verlauf zeigte der Online-Werbemarkt.
→ Vergleich des tatsächlichen mit dem erwarteten Geschäftsverlauf

TV-WERBEMÄRKTE IN DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH UND DER SCHWEIZ AUF BRUTTO-BASIS
in Prozent

	Entwicklung TV-Werbemarkt Q4 2021 (Abweichung vs. Vorjahr)	**Entwicklung TV-Werbemarkt 2021 (Abweichung vs. Vorjahr)**
Deutschland	+10,1	+12,7
Österreich	+15,2	+19,7
Schweiz	−2,3	+6,3

	Marktanteile ProSiebenSat.1 Group Q4 2021	Marktanteile ProSiebenSat.1 Group Q4 2020	**Marktanteile ProSiebenSat.1 Group 2021**	Marktanteile ProSiebenSat.1 Group 2020
Deutschland	38,8	39,4	37,6	37,8
Österreich	40,8	41,3	40,5	42,4
Schweiz	25,4	25,8	25,1	26,1

Deutschland: Januar - Dezember, brutto, Nielsen Media.
Österreich: Januar - Dezember, brutto, Media Focus.
Schweiz: Januar - Dezember, die Werbemarktanteile beziehen sich auf die deutschsprachige Schweiz, brutto, Media Focus. Media Focus hat aufgrund von systemtechnischen Anpassungen mit Datenabschluss Januar 2022 die effektiven Brutto-Leistungsvolumen der TV-Sender 3 Plus, Kabel Eins, ProSieben, RTL, RTLZWEI, VOX, SAT.1 und SUPER RTL rückwirkend für 2020 und 2021 angepasst.

ENTWICKLUNG RELEVANTER MARKTUMFELDER DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

Entertainment

Die Mediennutzung in Deutschland ist von zwei grundlegenden Entwicklungen geprägt: Zum einen wächst im Zeitalter der Digitalisierung die Vielfalt an Entertainment-Angeboten und Nutzungsoptionen auf den unterschiedlichen Endgeräten, was gleichzeitig eine zunehmende Fragmentierung mit sich bringt. Zum anderen steigt, angetrieben durch diese Vielfalt, der Medienkonsum: Die Menschen verbringen insgesamt immer mehr Zeit mit Medien. Dabei bleibt TV das wichtigste Medium, was dessen Stärke unterstreicht.

Laut der Studie „Media Activity Guide 2021" unseres Werbezeitenvermarkters Seven.One Media ist die tägliche TV-Mediennutzung bei den 14- bis 69-jährigen Zuschauer:innen im Berichtszeitraum 2021 mit 238 Minuten am höchsten. Damit entfallen im intermedialen Vergleich 37 Prozent der Gesamttagesnutzung auf TV. Hierzu zählen sowohl Live- als auch On-Demand-Inhalte. Diese große Reichweite spiegelt sich in der hohen Werbewirksamkeit des Mediums wider: Gemäß der auf Brutto-Basis vorliegenden Daten von Nielsen Media Research flossen 2021 47,2 Prozent der Werbeinvestitionen in TV-Werbung, im Vorjahr waren es 44,6 Prozent. Damit hat Fernsehen im intermedialen Vergleich seine höchste Relevanz noch einmal gestärkt.

Werbung im TV ist infolge der hohen Reichweiten besonders effektiv. Über Bewegtbild-Werbung wird eine Marke stärker emotional geprägt als über jedes andere Medium. Dies ist wichtig für die Markenbindung und letztendlich den Verkauf von Produkten. Begleitforschungen zeigen zudem,

dass sich crossmediale Werbekampagnen in ihrer Wirkung verstärken und dabei Online-Werbung in Kombination mit TV-Kampagnen besonders wirksam ist. Dies ist auch ein Grund dafür, warum sich der TV-Werbemarkt 2021 so positiv entwickelt hat und mit deutlich mehr Relevanz als noch im Jahr 2019 prognostiziert.

→ Entwicklung von Konjunktur und Werbemarkt

Im deutschen Zuschauermarkt ist die ProSiebenSat.1-Senderfamilie weiterhin führend (14- bis 49-jährige Zuschauer:innen), wenngleich die Marktanteile auf Jahressicht wie erwartet unter Vorjahr blieben. Hauptursache war die TV-Übertragung der UEFA-Fußball-Europameisterschaft im Juni und Juli 2021 sowie der Olympischen Sommerspiele im Juli und August 2021, die auf den öffentlich-rechtlichen TV-Sendern live zu sehen waren. Dies kennzeichnet entsprechend auch die Marktanteilsentwicklung der von der Ad Alliance vermarkteten privaten Sender RTL, VOX, n-tv, Super RTL, NITRO, RTLup und VOXup.

Im Gesamtjahr 2021 belief sich der Zuschauermarktanteil der ProSiebenSat.1-Sender auf 25,5 Prozent (Vorjahr: 27,2 %), die von der Ad Alliance vermarkteten Sender kamen auf einen gemeinsamen Marktanteil von 23,8 Prozent (Vorjahr: 25,3 %). Im wichtigen vierten Quartal stieg der Zuschauermarktanteil der ProSiebenSat.1 Group leicht um 0,1 Prozentpunkte auf 26,5 Prozent (Vorjahr: 26,4 %), während der Wert der von der Ad Alliance vermarkteten Sender auf 23,6 Prozent (Vorjahr: 24,3 %) sank.

Die Sender der österreichischen ProSiebenSat.1 Puls 4-Gruppe kamen im Jahr 2021 auf einen gemeinsamen Marktanteil bei den 12- bis 49-jährigen Zuschauer:innen von 27,4 Prozent (Vorjahr: 28,4 %). Damit ist die ProSiebenSat.1 Puls 4 GmbH („ProSiebenSat.1 PULS 4") der mit Abstand führende private TV-Anbieter in Österreich. In der Schweiz lag der Zuschauermarktanteil der ProSiebenSat.1-Sender bei den 15- bis 49-Jährigen auf Jahressicht mit 14,3 Prozent unter Vorjahresniveau (Vorjahr: 15,9 %).

ZUSCHAUERMARKTANTEILE DER PROSIEBENSAT.1-SENDER IN DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH UND DER SCHWEIZ

in Prozent

	Zuschauermarkt-anteile Q4 2021	Zuschauermarkt-anteile Q4 2020	**Zuschauermarkt-anteile 2021**	Zuschauermarkt-anteile 2020
Deutschland	26,5	26,4	25,5	27,2
Österreich	27,0	28,5	27,4	28,4
Schweiz	15,6	16,0	14,3	15,9

Deutschland: E: 14–49; ProSiebenSat.1 Group: SAT.1, ProSieben, Kabel Eins, sixx, SAT.1 GOLD, ProSieben MAXX, Kabel Eins Doku/AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.4; 01.01.2020–31.12.2021; Marktstandard: TV.
Österreich: E 12–49; SAT.1 Österreich, ProSieben Austria, Kabel Eins Austria, PULS 4, sixx Austria, ProSieben MAXX Austria, SAT.1 Gold Österreich, Kabel Eins Doku Österreich, ATV + ATV 2, PULS 24; Quelle: AGTT/GfK TELETEST; Evogenius Reporting; 01.01.2020–31.12.2021; personengewichtet; inklusive VOSDAL/Timeshift; Standard.
Schweiz: Werte beziehen sich auf 24 Stunden (Mo – So), alle Plattformen, overnight + 7. SAT.1 Schweiz, ProSieben Schweiz, Kabel Eins Schweiz, sixx Schweiz, SAT.1 Gold Schweiz, ProSieben MAXX Schweiz, Puls 8; werberelevante Zielgruppe 15–49 Jahre; Marktanteile beziehen sich auf die deutschsprachige Schweiz; D-CH; Totalsignal; Quelle: Mediapulse TV Data.

Die beschriebene Entwicklung spiegelt sich auch in den Marktanteilen der deutschen Sender zur Prime Time wider: Im abgelaufenen Geschäftsjahr lag die Gruppe in der Prime Time in jedem Quartal vor den von der Ad Alliance vermarkteten Sendern des Hauptwettbewerbers RTL Deutschland (Marktanteile Zielgruppe 14-49 Jahre) und hat insbesondere im wichtigen vierten Quartal ihre Marktführerschaft um 0,3 Prozentpunkte auf 27,6 Prozent ausgebaut (AdAlliance: -1,4 %-punkte). Im Gesamtjahr entwickelten sich unsere Marktanteile jedoch auch in der Prime Time wie erwartet unter Vorjahr und waren insbesondere geprägt durch die Übertragung der UEFA-Fußball-Europameisterschaft sowie der Olympischen Sommerspiele auf den öffentlich-rechtlichen Sendern. Zudem profitierte der öffentlich-rechtliche Rundfunk von einem hohen Informationsbedürfnis bei den Zuschauer:innen infolge der anhaltenden COVID-19-Pandemie sowie der Flutkatastrophe in Teilen Deutschlands im Sommer 2021. Hinzu kommt die besondere Situation des Wahljahres 2021 mit einem erhöhten Informationsangebot auf allen TV-Sendern,

wenngleich in diesem Umfeld auch innovative ProSiebenSat.1-Formate wie „Die ProSieben Bundestagswahl-Show" (durchschnittlich 7,4 %, 14- bis 49-jährige Zuschauer:innen) oder „Das TV-Triell" (25,0 %, 14- bis 49-jährige Zuschauer:innen) bei den Zuschauer:innen Anklang fanden.

ZUSCHAUERMARKTANTEILE DER PROSIEBENSAT.1-SENDER IN DER PRIME TIME IN DEUTSCHLAND

in Prozent

Zielgruppe 14–49 Jahre	**Q4 2021**	Q4 2020	**2021**	2020
ProSiebenSat.1 Group	27,6	27,3	25,6	27,4
SAT.1	8,4	8,6	7,4	8,2
ProSieben	10,4	10,5	9,8	10,3
Kabel Eins	4,1	4,1	4,2	4,7
sixx	1,2	1,0	1,1	1,1
SAT.1 Gold	1,2	0,9	1,1	1,1
ProSieben MAXX	1,6	1,5	1,2	1,3
Kabel Eins Doku	0,7	0,7	0,8	0,7

Prime Time bezieht sich auf die Sendezeit von 20:15 – 23 Uhr. Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.4, 01.01.2020 – 31.12.2021, Marktstandard: TV.

ProSiebenSat.1 ist in der deutschen Medienlandschaft systemrelevant. Damit geht eine besondere gesellschaftliche Verantwortung einher – denn der Konzern leistet einen wichtigen Beitrag zur Medien- und Meinungsvielfalt. Dem wachsenden Bedürfnis nach Information und Kontextualisierung von Nachrichten tragen wir immer mehr Rechnung: Mit dem Aufbau einer eigenen News-Redaktion wird die ProSiebenSat.1 Group ab dem Jahr 2023 Nachrichten selbst produzieren und dabei mit neuen Magazin-Formaten dem Anspruch an Aktualität und Relevanz verstärkt nachkommen.

Die Gruppe setzt ihren Fokus in der Programmstrategie vermehrt auf lokale, relevante und Live-Inhalte. Ziel ist es, Zuschauergruppen noch besser zu erreichen und sich vom Wettbewerb zu differenzieren. In unserer digitalen Welt wird dies zu einem immer wichtigeren Wettbewerbskriterium für alle Teilnehmer:innen des dualen Rundfunksystems, insbesondere mit Blick auf multinationale Streaming-Anbieter und die jungen Zielgruppen. 2021 verzeichneten die großen Sender ProSieben und SAT.1 allein in der Prime Time eine Steigerung der lokalen Programminhalte von 13,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (2020: +11,1 % ggü. 2019). Einen wichtigen Baustein hierfür stellen eigenproduzierte Formate wie „Joko & Klaas Live: Wir müssen über Corona reden", „Zervakis und Opdenhövel. Live." oder die Reportage-Reihe „ProSieben Spezial" dar, die gesellschaftsrelevante Themen zielgruppenadäquat aufbereitet.

Neben dem Fokus auf lokale und Live-Inhalte ist der Kern unserer Strategie, Programme über möglichst viele Verbreitungswege anzubieten. In diesem strategischen Kontext hat die ProSiebenSat.1 Group gemeinsam mit Discovery Communications Europe Ltd. („Discovery") die Streaming-Plattform Joyn als Joint Venture gegründet und im Juni 2019 gelauncht. Der Streaming-Dienst bietet Zuschauer:innen über 70 Sender im Livestream sowie ein umfangreiches On-Demand-Angebot mit eigenproduzierten lokalen Serien, Shows und Previews. Seit November 2019 ergänzt der kostenpflichtige Service Joyn PLUS+ mit exklusiven Inhalten, Originals, Pay-TV-Sendern sowie Inhalten in HD-Qualität das Angebot. Laut AGOF-Messung (Arbeitsgemeinschaft Onlineforschung e. V.) erreichte der kostenfreie Streaming-Dienst Joyn im November 2021 in Deutschland 3,85 Mio Unique User (Vorjahr: 3,75 Mio). Auch im Jahr 2022 wird der Konzern die Weiterentwicklung der Marke Joyn fortsetzen.

Bereits heute erreichen wir über unsere Free- und Pay-TV-Sender in Deutschland monatlich über 60 Mio Menschen. Hinzu kommen über unsere eigenen Online-Kanäle knapp 11 Mio Unique User. Darüber hinaus konzentriert die Digital Media & Entertainment-Company Studio71 die Angebote an web-only Inhalten und distribuiert sie über digitale Plattformen. Dabei erreichte Studio71 im

Geschäftsjahr 2021 allein auf YouTube mit 1.235 Kanälen monatlich 10,7 Mrd Video Views (Vorjahr: 10,5 Mrd Video Views[6]).

Unsere Reichweite stärken wir sukzessive und monetarisieren sie konsequent auch jenseits der klassischen Werbefinanzierung. Ein Beispiel hierfür sind datenbasierte Geschäftsmodelle wie Addressable TV. In diesem Kontext haben wir im dritten Quartal 2021 unsere Vertragsvereinbarung mit der Deutsche Telekom AG („Deutsche Telekom") erneuert, sodass wir unsere Addressable TV-Kampagnen zukünftig auch über deren Streaming-Angebot MagentaTV ausspielen können. Das gesamte Senderportfolio der ProSiebenSat.1 Group ist fortan über die MagentaTV-Plattform live oder auf Abruf, in HD- und UHD-Qualität verfügbar.

Die Distribution von Programmen in HD-Qualität ist ein weiteres Beispiel, wie der ProSiebenSat.1-Konzern Reichweite generiert und zugleich sein Umsatzprofil diversifiziert. Die ProSiebenSat.1 Group partizipiert hier an den technischen Freischaltentgelten, die Endkund:innen für Programme in HD-Qualität an die jeweiligen Anbieter entrichten. In Deutschland verzeichneten die HD-Sender der ProSiebenSat.1 Group in der Berichtsperiode 11,1 Mio Nutzer:innen und damit 4,8 Prozent mehr als im Vorjahr.

Dating & Video

Wir stärken das synergetische Zusammenspiel unserer Geschäfte weiter konsequent. Dies bedeutet insbesondere, dass wir über die Stärke unseres Unterhaltungsgeschäfts und unsere hohe Werbereichweite führende verbraucherorientierte Digital-Plattformen auf- und ausbauen. Auf diese Weise ist auch die ParshipMeet Group entstanden, die ehemals Teil des Commerce & Ventures-Portfolio war und heute das Segment Dating & Video bildet: Nach dem Aufbau eines vorwiegend deutschsprachigen Portfolios rund um das Dating-Geschäft der Parship Group und der Steigerung der Markenbekanntheit durch den Einsatz von TV-Werbung folgten wertsteigernde Akquisitionen mit einem Schwerpunkt in den USA, darunter die The Meet Group im Jahr 2020 mit einer hohen Kompetenz im Bereich Video.

Die ParshipMeet Group agiert in einem profitablen und wachstumsstarken Marktumfeld, verfügt über diversifizierte Erlösquellen aus Abonnementmodellen, Marketingleistungen bis hin zu virtuellen Produkten und spricht eine breite Zielgruppe in einem großen geografischen Raum an. Die Geschäftsentwicklung im Segment Dating & Video ist damit abhängig von verschiedenen Faktoren, darunter auch makroökonomische und technologische Entwicklungen sowie regulatorische Entscheidungen. Hinzu kommen die spezifischen Auswirkungen der COVID-19-Pandemie – sowohl mit Blick auf den privaten Konsum als auch auf die Implikationen für das gesellschaftliche Leben. Dating und insbesondere interaktives Live-Video haben sich zu globalen Megatrends entwickelt.
→ Entwicklung von Konjunktur und Werbemarkt

Mit der steigenden Anzahl an Singles – darunter immer mehr Digital Natives – hat sich Online-Dating zu einem immer stärker akzeptierten und gängigen Weg entwickelt, sich zu treffen bzw. eine Beziehung zu finden: In den beiden größten geografischen Märkten der ParshipMeet Group, Nordamerika und die DACH-Region, sind Dating-Plattformen der häufigste Weg für ein Kennenlernen. So finden in den USA 40 Prozent und in Deutschland 36 Prozent aller Beziehungen online ihren Anfang. Zusätzlichen Schub erhalten diese Angebote durch allgemeine Branchentrends wie eine hohe Smartphone-Nutzung sowie eine wachsende Zahlungsbereitschaft, etwa für virtuelle Güter.

In Nordamerika und der DACH-Region hat der Online-Dating-Markt inklusive der entsprechenden Live-Video-Angebote 2021 laut einer Studie eines Beratungsunternehmens im Auftrag der ParshipMeet Group ein Gesamtvolumen von 2,8 Mrd Euro erreicht und ist seit 2018 jährlich um 18 Prozent gewachsen (Stand: 2021). Dabei haben im Zuge der COVID-19-Pandemie und der damit

6 Der Vorjahreswert ist bereinigt um monatlich 376 Mio Views für deutsche TV-Inhalte, die seit 2021 im Bereich der Seven.One Entertainment Group liegen, sowie exklusive Italien.

einhergehenden Beschränkungen sozialer Kontakte seit März 2020 insbesondere Live-Video-Formate zusätzlich an Relevanz gewonnen. Einen positiven Effekt hatten zudem staatliche Wirtschaftshilfen in den USA, die den privaten Konsum 2021 stimulierten und sich sehr positiv auf unsere Video-Angebote im amerikanischen Raum auswirkten. Mit zunehmender Normalisierung des gesellschaftlichen Lebens im Jahresverlauf 2021 und dem Wegfall rigider Kontaktbeschränkungen hat sich die Video-Nutzung im Vergleich zu 2019 auf hohem Niveau stabilisiert.

Commerce & Ventures

Die ProSiebenSat.1 Group bündelt im Segment Commerce & Ventures ihre Beteiligungen an digitalen Commerce-Unternehmen mit Verbraucherfokus. Diese begleiten wir mit unseren Investitionsoptionen über die NuCom Group, SevenGrowth, SevenVentures und den SevenAccelerator in den verschiedenen Wachstumsphasen. Dabei verfolgen wir das Ziel, Synergiepotenziale innerhalb des ProSiebenSat.1-Konzerns zu nutzen und unser Umsatzprofil insgesamt zu diversifizieren. Wichtigster Wachstumshebel ist die hohe Reichweite der ProSiebenSat.1-Senderfamilie, über die wir monatlich über 60 Mio Menschen erreichen und so auch ohne große Cash-Investitionen die Bekanntheit von Verbrauchermarken signifikant stärken können.

Unser Portfolio an Commerce-Angeboten vereint einen Verbraucherfokus sowie eine Affinität zum Medium TV. Dabei profitieren wir vor allem davon, dass Kaufentscheidungen mehr und mehr im Internet getroffen werden. Der Online-Einkauf ist heute fester Bestandteil unseres Alltags und auch Dienstleistungen wie Verbraucherberatung finden oft online statt. Die einzelnen Märkte unterscheiden sich jedoch hinsichtlich ihrer Dynamik, ihrer Wettbewerbsintensität sowie hinsichtlich ihrer Abhängigkeit von der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung und insbesondere des zuvor beschriebenen Konsumklimas. Hinzu kommt die besondere Situation der Pandemie mit damit einhergehenden Beschränkungen des Alltagslebens.

Vor diesem Hintergrund sind die E-Commerce-Umsätze insgesamt in Deutschland im Berichtsjahr 2021 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum laut Bundesverband E-Commerce und Versandhandel (bevh) um 19 Prozent gestiegen (2020: +14,6 %). Stärkster Wachstumstreiber waren Artikel des täglichen Bedarfs, worunter neben Lebensmitteln auch Drogerieprodukte und Tiernahrung fallen, sowie die Warengruppen Freizeit, Einrichtung und Bekleidung.

Die Umsätze aus dem Online-Vertrieb von Dienstleistungen, zu dem insbesondere Reisebuchungen oder Veranstaltungstickets zählen, konnten dagegen in Deutschland mit einem Rückgang von 12,8 Prozent noch nicht wieder an das Umsatzniveau von vor der Pandemie anknüpfen (2020: -52,8 %). Dies zeigt, dass die Menschen ihr Geld für Unternehmungen noch immer vorsichtiger investieren als vor der COVID-19-Krise.

Laut Vertriebskanal-Studie Energie 2021 sind Vergleichsportale die wichtigste Informationsquelle sowie Vertriebskanal im Energiemarkt. Im abgelaufenen Geschäftsjahr haben sich allerdings insbesondere im vierten Quartal 2021 die stark gestiegenen Energiepreise für alle Versorger negativ auf die Marktdynamik ausgewirkt. Im Bereich Verbraucherberatung ist im Commerce & Ventures-Segment des Konzerns auch das von der Pandemie besonders betroffene Mietwagenportal billiger-mietwagen.de enthalten. Laut Statista belief sich das Volumen des Mietwagenmarkts in Europa 2021 auf 11,9 Mrd US-Dollar (2020: 8,1 Mrd US-Dollar; 2019: 16,9 Mrd US-Dollar).

FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

Die ProSiebenSat.1 Group betreibt Forschung und Entwicklung (F&E) nicht im herkömmlichen Sinne eines Industrieunternehmens. Forschung hat bei der ProSiebenSat.1 Group dennoch einen hohen Stellenwert.

ProSiebenSat.1 betreibt intensive Marktforschung in allen Bereichen, die für die Geschäftstätigkeit relevant sind oder in denen das Unternehmen Wachstumspotenzial sieht. Die Ausgaben für die konzernweiten Marktforschungsaktivitäten beliefen sich 2021 auf 7 Mio Euro (Vorjahr: 7 Mio Euro). Die verschiedenen Research-Abteilungen des Konzerns erstellen Untersuchungen und Analysen zur Werbewirkung, zu Trends im Werbemarkt und digitalen Branchen sowie zur Mediennutzung und werten außerdem Konjunktur- und Marktprognosen aus. Die Verantwortlichen im Konzern ziehen die Ergebnisse der Marktanalysen für die operative und strategische Planung heran. Gleichzeitig sind Marktdaten und Analysen eine wichtige Grundlage für die erfolgreiche Beratung unserer Werbekund:innen. Mit seinen Studien liefert das Unternehmen Werbetreibenden wertvolle Erkenntnisse für die Marketing- und Werbeplanung, die eine wichtige Basis für Investitionsentscheidungen darstellen. In der Programmentwicklungsphase spielt die Programmforschung eine entscheidende Rolle. Eine wichtige Aufgabe ist die Bewertung von internationalen TV-Trends hinsichtlich ihres Potenzials für den deutschen Fernsehmarkt. Darüber hinaus erstellt das entsprechende Research-Team regelmäßig quantitative sowie qualitative Studien und Analysen zu den Programmen der ProSiebenSat.1-Sender. Dabei werden unter anderem TV-Piloten mithilfe von Umfragen und Publikumsvorführungen getestet. Dieses Research-Team führt außerdem Ad-hoc-Tests zu bereits ausgestrahlten Sendungen durch. Auf Basis der Ergebnisse können wir TV-Formate sowohl in der Entstehungsphase anpassen als auch bereits ausgestrahlte Programme optimieren und damit die Erfolgsquote erhöhen.

Im Bereich der Entwicklung arbeitet die Gruppe insbesondere daran, ihre Werbeprodukte „smarter“ zu machen. Das bedeutet, dass intelligente Angebote entwickelt werden, um TV- und Video-Werbung zielgruppengenau auszuspielen. Dies geschieht beispielsweise auf Basis von Alter, Geschlecht oder Haushaltseinkommen anonymisierten Nutzerdaten. In diesem Kontext setzt ProSiebenSat.1 auch auf neue Technologien und bietet Werbekund:innen zusätzlich zu den bestehenden Angeboten im Bereich zielgerichteter Werbung den Addressable-TV-Spot. Diese Spots ermöglichen, dass Eigenwerbespots in allen Werbeblöcken mit adressierbaren Spots überblendet werden und Zuschauer:innen so interessenbasiert angesprochen werden. Das Angebot nutzt eine Werbetechnologie, die die Seven.One Media entwickelt und europaweit zum Patent angemeldet hat. Darüber hinaus ermöglichen wir mit der CrossDevice-Bridge Werbekund:innen seit Dezember 2020 die geräteübergreifende Planung und Aussteuerung von TV- und Digital-Werbekampagnen. Dabei buchen die Kund:innen nicht mehr das Medium, über das sie ihre Werbung ausspielen wollen, sondern die Menge und Häufigkeit von Kontakten, die sie erreichen wollen. Dadurch wird crossmediale Werbeplanung deutlich einfacher und schneller: Die verschiedenen Screens können miteinander verbunden und aufeinander abgestimmt werden, sodass bestimmte Zielgruppen bei übergreifenden TV- und Digital-Kampagnen leichter adressiert werden können. Um die erzielte Reichweite kombinierter TV- und Video-Kampagnen unter Berücksichtigung einheitlicher Kriterien messbar und bewertbar zu machen, hat ProSiebenSat.1 gemeinsam mit dem Lizenzgeber Sky Media GmbH („Sky Media“) das Konzept CFlight für den deutschen Markt entwickelt. CFlight beinhaltet ein transparentes, crossmediales Kampagnen-Reporting, das die Vergleichbarkeit von TV- und Video-Werbekontakten garantiert. Die Ergebnisse dieser Messbarkeitswährung zeigen einmal mehr, dass wirkungsstarke Bewegtbild-Kampagnen crossmedial arbeiten. Darüber hinaus entwickeln wir unsere eigenen digitalen Plattformen wie beispielsweise im Commerce-Geschäft kontinuierlich weiter.

→ Chancenbericht

VERGLEICH DES TATSÄCHLICHEN MIT DEM ERWARTETEN GESCHÄFTSVERLAUF

Die ProSiebenSat.1 Group hat im Jahr 2021 alle Finanzziele erreicht, die sie am 4. November 2021 im Rahmen der Berichterstattung zum dritten Quartal 2021 veröffentlicht hat. Damit hat der Konzern alle Finanzziele deutlich übertroffen, die er sich zu Jahresbeginn gesetzt hatte.

Nachdem das erste Quartal 2021 noch stark von den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie geprägt gewesen war, erholte sich der Werbemarkt in der DACH-Region ab Beginn des zweiten Quartals deutlich und stärker als erwartet. Insbesondere im zweiten Quartal verzeichneten die Werbeerlöse der Gruppe ein extrem dynamisches Wachstum. Vor diesem Hintergrund hat der ProSiebenSat.1-Konzern seinen Unternehmensausblick für das Jahr 2021 insgesamt dreimal erhöht: am 12. Mai 2021 im Rahmen der Berichterstattung zum ersten Quartal 2021, in einer Ad-hoc-Mitteilung am 19. Juli 2021, nachdem Umsatz und Ergebnis im zweiten Quartal 2021 auf Basis vorläufiger und noch nicht geprüfter Zahlen stark gewachsen waren, sowie zuletzt am 4. November 2021 im Rahmen der Berichterstattung zum dritten Quartal 2021.

Im Gesamtjahr hat der Konzern trotz des pandemischen Umfelds einen Rekordumsatz erzielt und seinen Umsatz um 11 Prozent oder 447 Mio Euro auf 4.494 Mio Euro gesteigert. Zugleich wuchs das adjusted EBITDA deutlich um 19 Prozent oder 135 Mio Euro auf 840 Mio Euro. Zuletzt hatte der Konzern im Gesamtjahr 2021 einen Umsatz in Höhe von 4,5 Mrd Euro mit einer Varianz von plus/minus 50 Mio Euro angestrebt sowie ein adjusted EBITDA von rund 840 Mio Euro mit einer Varianz von plus/minus 10 Mio Euro. In der ursprünglichen Prognose für diese zentralen Finanzkennzahlen hatte ProSiebenSat.1 zu Beginn des Jahres für den Umsatz ein Wachstum zwischen 2 Prozent und 7 Prozent auf 4.150 Mio Euro bis 4.350 Mio Euro angenommen und für das adjusted EBITDA eine Steigerung auf 720 Mio Euro bis 780 Mio Euro.

Das deutliche Wachstum der Umsatz- und adjusted EBITDA-Kennzahlen wirkte sich wie erwartet auch auf die weiteren bedeutsamsten finanziellen Leistungsindikatoren der Gruppe positiv aus: Der Konzern hatte in seiner letzten Prognoseanpassung erwartet, dass das adjusted net income deutlich über dem Vorjahreswert von 221 Mio Euro liegen sollte. Im Gesamtjahr 2021 erreichte das adjusted net income nun ein Wachstum um 64 Prozent auf 362 Mio Euro. Der adjusted Operating Free Cashflow lag im Gesamtjahr bei 599 Mio Euro, nachdem der Konzern zuletzt davon ausgegangen war, dass sich dieser – aus Vergleichbarkeitsgründen korrigiert um die Veränderung der Investitionen für den Bau des neuen Campus am Standort Unterföhring – um mindestens 100 Mio Euro im Vergleich zum Vorjahr (Vorjahr: 424 Mio Euro) verbessern sollte. Auch die wichtige Kennzahl P7S1 ROCE (Return on Capital Employed), anhand der ProSiebenSat.1 den mittelfristigen finanziellen Erfolg des Unternehmens misst, hat sich 2021 deutlich auf 14,1 Prozent erhöht und entspricht der Prognose des Konzerns, der zuletzt von einem Anstieg auf über 13 Prozent ausgegangen war. Zugleich bewegte sich der Verschuldungsgrad mit einem Faktor von 2,2x wieder klar im Zielkorridor. Die ProSiebenSat.1 Group hatte erwartet, dass sich dieser zum Jahresende unterhalb des oberen Endes des mittelfristig angestrebten Korridors von 1,5x bis 2,5x bewegen wird.

Eine Übersicht der angepassten Prognosen für 2021 zeigt nachfolgende Tabelle; die verschiedenen Leistungsindikatoren werden zudem in den nachstehenden Kapiteln erläutert und analysiert.

Doch nicht nur mit Blick auf die Finanzkennzahlen hat der Konzern 2021 wichtige Zielvorgaben erreicht, die ProSiebenSat.1 Group hat auch ihre starke Wettbewerbsposition im TV-Zuschauermarkt mit einem Marktanteil von 25,5 Prozent bestätigt (Vorjahr: 27,2 %). Die

Entwicklung der Zuschauermarktanteile in Deutschland ist der bedeutsamste nichtfinanzielle Leistungsindikator, wobei die Prime Time infolge der hohen Reichweite für die Werbewirtschaft verstärkt im Fokus steht. In der Prime Time verzeichnete ProSiebenSat.1 im Jahr 2021 einen Zuschauermarktanteil von 25,6 Prozent (Vorjahr: 27,4 %, Zuschauer 14-49 Jahre, Deutschland). Damit unterstreicht der Konzern im deutschen Markt seine führende Position bei den Zuschauermarktanteilen in der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen trotz der Übertragung der großen Sportereignisse auf den öffentlich-rechtlichen Sendern.

VERGLEICH DES TATSÄCHLICHEN MIT DEM ERWARTETEN GESCHÄFTSVERLAUF

	2020	GJ 2021 4. März 2021	1. Quartal 2021 12. Mai 2021	Ad-hoc-Mitteilung 19. Juli 2021 bzw. 2. Quartal 2021 5. August 2021	3. Quartal 2021 4. November 2021	2021	
Umsatzerlöse[1] (in Mio Euro)	4.055[3]	Insgesamt strebt der Konzern im Gesamtjahr 2021 einen Umsatz in Höhe von 4,150 Mrd Euro als unteres Ende der Zielbandbreite an sowie einen Umsatz von 4,350 Mrd Euro als oberes Ende der Zielbandbreite. Dies entspricht einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr zwischen 2 Prozent und 7 Prozent.[2]	Insgesamt strebt der Konzern im Gesamtjahr 2021 einen Umsatz in Höhe von 4,250 Mrd Euro als unteres Ende der Zielbandbreite an sowie einen Umsatz von 4,450 Mrd Euro als oberes Ende der Zielbandbreite. Dies entspricht einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr zwischen 5 Prozent und 10 Prozent.[2]	Insgesamt strebt der Konzern im Gesamtjahr 2021 einen Umsatz von 4,400 Mrd Euro als unteres Ende sowie 4,500 Mrd Euro als oberes Ende der Zielbandbreite an. Dies entspricht einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr zwischen 9 Prozent und 11 Prozent.[2]	Insgesamt strebt der Konzern im Gesamtjahr 2021 einen Umsatz in Höhe von 4,5 Mrd Euro mit einer Varianz von plus/minus 50 Mio Euro an. Dies entspricht einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr zwischen 10 Prozent und 12 Prozent.[2]	4.494	✓
Adjusted EBITDA[1] (in Mio Euro)	708[4]	Basierend auf den genannten Umsatzannahmen erwartet ProSiebenSat.1 für das adjusted EBITDA der Gruppe im Gesamtjahr 2021 720 Mio Euro als unteren Wert der Zielbandbreite sowie 780 Mio Euro als oberen Wert der Zielbandbreite.[2]	Basierend auf den genannten Umsatzannahmen erwartet ProSiebenSat.1 für das adjusted EBITDA der Gruppe im Gesamtjahr 2021 750 Mio Euro als unteren Wert der Zielbandbreite sowie 800 Mio Euro als oberen Wert der Zielbandbreite.[2]	Basierend auf diesen Umsatzannahmen erwartet ProSiebenSat.1 für das adjusted EBITDA der Gruppe im Gesamtjahr 2021 einen Wert von rund 820 Mio Euro mit einer Varianz von plus/minus 20 Mio Euro. Dies entspricht einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr im Mittelwert von 16 Prozent.[2]	Basierend auf diesen Umsatzannahmen geht ProSiebenSat.1 für das adjusted EBITDA der Gruppe im Gesamtjahr 2021 von einem Wert von rund 840 Mio Euro mit einer Varianz von plus/minus 10 Mio Euro aus. Dies entspricht im Mittelwert einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr um 19 Prozent.[2]	840	✓
Adjusted net income (in Mio Euro)	221	Für das Gesamtjahr 2021 erwartet der Konzern, dass das adjusted net income über dem Vorjahreswert liegen sollte.[2]			Für das Gesamtjahr 2021 erwartet der Konzern, dass das adjusted net income deutlich über dem Vorjahreswert liegen sollte.[2]	362	✓
Adjusted Operating Free Cashflow[5] (in Mio Euro)	424	Der Konzern geht beim Erreichen eines mittleren Werts der angestrebten adjusted-EBITDA-Zielbandbreite davon aus, dass sich der adjusted Operating Free Cashflow in einer Bandbreite im mittleren zweistelligen Mio-Euro-Bereich um den Vorjahreswert von 424 Mio Euro bewegen sollte.		Beim Erreichen des mittleren Werts der angestrebten adjusted-EBITDA-Zielbandbreite geht der Konzern davon aus, dass sich der adjusted Operating Free Cashflow um mindestens mittleren zweistelligen Mio-Euro-Bereich im Vergleich zum Vorjahr verbessern sollte.	Beim Erreichen des mittleren Werts der angestrebten adjusted-EBITDA-Zielbandbreite geht der Konzern davon aus, dass sich der adjusted Operating Free Cashflow um mindestens 100 Mio Euro im Vergleich zum Vorjahr verbessern sollte.	599	✓
P7S1 ROCE (Return on Capital Employed)	10,5 %	Im Geschäftsjahr 2021 strebt der ProSiebenSat.1-Konzern einen Wert von über 10 Prozent an. Mittelfristig soll diese Kennzahl über den Gesamtkonzern bei über 15 Prozent liegen.			Im Geschäftsjahr 2021 strebt der ProSiebenSat.1-Konzern einen Wert von über 13 Prozent an. Mittelfristig soll diese Kennzahl über den Gesamtkonzern bei über 15 Prozent liegen.	14,1 %	✓
Verschuldungs-grad[6] (Netto-Finanz-verbindlich-keiten/ LTM adjusted EBITDA)	2,8	Zum Jahresende 2021 rechnet der Konzern mit einem Verschuldungsgrad leicht über oder am oberen Ende der Zielkorridors zwischen 1,5x und 2,5x.		Zum Jahresende 2021 rechnet der Konzern damit, dass sich der Verschuldungsgrad am oberen Ende des mittelfristig angestrebten Korridors von 1,5x bis 2,5x bewegen wird.	Zum Jahresende 2021 rechnet der Konzern damit, dass sich der Verschuldungsgrad unterhalb des oberen Endes seines mittelfristig angestrebten Korridors von 1,5x bis 2,5x bewegen wird.	2,2	✓

Die ProSiebenSat.1 Group hat im Jahr 2021 alle Finanzziele erreicht, die sie am 4. November 2021 im Rahmen der Berichterstattung zum dritten Quartal 2021 veröffentlicht hat. Entsprechend wurden auch die Haken in obenstehender Tabelle auf Basis dieser letzten Prognose gesetzt. Die Zahlen für 2021 stellen reported Zahlen dar.

1 Portfolio- und währungsbereinigt.

2 Ohne weitere Portfolioveränderungen.

3 Basierend auf den Umsatzerlösen des Geschäftsjahres 2020 umgerechnet mit den Plankursen des Geschäftsjahres 2021 (US-Dollarkurs im Verhältnis zum Euro von rund 1,22 US-Dollar) abzüglich der Umsatzerlöse der in 2020 entkonsolidierten Gesellschaften WindStar in Höhe von 114 Mio Euro und myLoc in Höhe von 10 Mio Euro sowie zuzüglich der proforma Umsatzerlöse der The Meet Group von Januar bis August 2020 in Höhe von 173 Mio Euro, ebenfalls umgerechnet mit dem Plankurs des Geschäftsjahres 2021.

4 Basierend auf dem adjusted EBITDA des Geschäftsjahres 2020 umgerechnet mit den Plankursen des Geschäftsjahres 2021 (US-Dollarkurs im Verhältnis zum Euro von rund 1,22 US-Dollar) abzüglich des adjusted EBITDA der in 2020 entkonsolidierten Gesellschaften WindStar in Höhe von 23 Mio Euro und myLoc in Höhe von 3 Mio Euro sowie zuzüglich der proforma adjusted EBITDA-Beiträge der The Meet Group von Januar bis August 2020 in Höhe von 33 Mio Euro, ebenfalls umgerechnet mit dem Plankurs des Geschäftsjahres 2021.

5 Aus Vergleichbarkeitsgründen korrigiert um die Veränderung der Investitionen für den Bau des neuen Campus am Standort Unterföhring.

6 Abhängig von der Geschäftsentwicklung und ohne Berücksichtigung eventueller Portfolioveränderungen.

WESENTLICHE EREIGNISSE UND ÄNDERUNGEN IM KONSOLIDIERUNGSKREIS

Die ProSiebenSat.1 Group hat im Jahresverlauf ihre Segmentberichterstattung weiterentwickelt, um sich noch fokussierter und zugleich synergetischer aufzustellen. In diesem Zusammenhang wurden zu Jahresbeginn 2021 das Programmproduktions- und Vertriebsgeschäft der Red Arrow Studios sowie die Digital Media & Entertainment-Company Studio71 in das Segment Entertainment integriert. Das Segment Dating & Video entspricht dem bisherigen Segment ParshipMeet Group und bleibt in seiner Zusammensetzung im Vergleich zum Jahresende 2020 unverändert. Das Segment Dating & Video wurde in den ersten drei Quartalen des Geschäftsjahres 2021 als Segment Dating berichtet und im vierten Quartal in Dating & Video umbenannt. Dies trägt den Geschäftsbereichen der ParshipMeet Group Rechnung. Zum Segment Commerce & Ventures zählen die Unternehmen der NuCom Group sowie der Investitionsarm SevenVentures mit dem SevenAccelerator; zudem wird dort das Portfolio des Investmentvehikels SevenGrowth mit Marken wie marktguru und wetter.com gebündelt. Damit berichtet der Konzern zum 31. Dezember 2021 in den drei Segmenten Entertainment, Dating & Video sowie Commerce & Ventures.
→ Organisation und Konzernstruktur

Mit der neuen Segmentierung setzt ProSiebenSat.1 die konsequente Ausrichtung des Konzerns auf Synergien und Wertschaffung fort. Auch mit Blick auf die personelle Besetzung von Vorstand und Aufsichtsrat wurden 2021 wichtige Weichen für die Zukunft gestellt. So hat der Aufsichtsrat am 6. Dezember 2021 eine Reihe von Entscheidungen hinsichtlich der Zusammensetzung von Aufsichtsrat und Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE getroffen: Der Aufsichtsratsvorsitzende Dr. Werner Brandt wird bei der Hauptversammlung am 5. Mai 2022 nicht erneut als Aufsichtsrat kandidieren. Der Aufsichtsrat beabsichtigt, Dr. Andreas Wiele, vormals Vorstandsmitglied der Axel Springer SE, Berlin, Deutschland („Axel Springer“), nach der kommenden Hauptversammlung zu seinem neuen Vorsitzenden und damit zum Nachfolger von Dr. Brandt zu wählen. Dr. Wiele gehört dem Aufsichtsrat bereits seit dem 13. Februar 2022 als gerichtlich bestelltes Mitglied an. Er folgt auf Adam Cahan, der sein Amt im November 2021 niedergelegt hat, da er eine neue Aufgabe als CEO des Technologieunternehmen PAX Labs, Inc., Kalifornien, USA („PAX Labs“), wahrnimmt. Der Aufsichtsrat wird der nächsten Hauptversammlung vorschlagen, Dr. Wiele als Aufsichtsratsmitglied zu bestätigen. Als weiteres neues Aufsichtsratsmitglied soll zudem Bert Habets, ehemals CEO der RTL Group S.A., Luxemburg („RTL Group“), zur Wahl vorgeschlagen werden.

Auch auf Ebene des Vorstands ergaben sich Veränderungen: Der Aufsichtsrat hat den Vertrag von Rainer Beaujean mit Wirkung zum 1. Juli 2022 um fünf Jahre verlängert. Mit dieser Vertragsverlängerung wurde er zum 1. Januar 2022 zum Vorstandsvorsitzenden ernannt. Zusätzlich wurde Ralf Peter Gierig, bisher Deputy Group CFO, mit Wirkung zum 1. Januar 2022 neuer Finanzvorstand der ProSiebenSat.1 Media SE. Er hat einen Dreijahresvertrag bis zum 31. Dezember 2024 erhalten. Das Vorstandsteam der ProSiebenSat.1 Media SE setzt sich damit seit 1. Januar 2022 aus dem Vorstandsvorsitzenden Rainer Beaujean sowie den Vorstandsmitgliedern Christine Scheffler, Wolfgang Link und Ralf Peter Gierig zusammen.

Ziel von ProSiebenSat.1 ist es, in allen Segmenten nachhaltig zu wachsen. Diese Strategie reflektiert auch die Steuerung des Unternehmens mit ihrem Fokus auf langfristige Wertsteigerung und Profitabilität. Der Konzern kann dabei eine große Bandbreite an Investitionsmöglichkeiten nutzen. Dabei stand im abgelaufenen Geschäftsjahr insbesondere das Ventures-Portfolio im Fokus: Der Börsengang der ABOUT YOU Holding SE, Hamburg, Deutschland („ABOUT YOU“) am 16. Juni 2021 unterstreicht exemplarisch, wie der ProSiebenSat.1-Konzern verbraucherorientierte, digitale

Wachstumsunternehmen durch individuell zugeschnittene Beteiligungen in Form von Medialeistung nachhaltig weiterentwickelt. Bereits im September 2016 beteiligte sich SevenVentures als erster externer Investor an dem Online-Mode-Händler ABOUT YOU im Rahmen eines Media-for-Equity-Investments. Seitdem verhalf ProSiebenSat.1 der Beteiligung mit zielgruppengenauen Werbekampagnen auf den reichweitenstarken Plattformen der ProSiebenSat.1 Group zu einer großen Markenbekanntheit in der DACH-Region. Auch nach dem Börsengang von ABOUT YOU ist ProSiebenSat.1 über SevenVentures als Aktionär weiter investiert geblieben und hat seine Medienpartnerschaft fortgesetzt.

Dem Best-Owner-Prinzip folgend, bewertet die ProSiebenSat.1 Group regelmäßig ihre Beteiligungen und prüft dabei ergebnisoffen das Wachstums- und Synergiepotenzial ihrer Portfoliounternehmen. Vor diesem Hintergrund hat die NuCom Group, an der General Atlantic PD GmbH, München („General Atlantic") mit 28,4 Prozent beteiligt ist, am 1. Oktober 2021 ihren Anteil in Höhe von 97,8 Prozent an der Sonoma Internet GmbH („Amorelie") an eine Tochtergesellschaft der EQOM Group, Veendam, Niederlande („EQOM Group") veräußert. Wirtschaftlich wirksam wurde die Transaktion am 30. Dezember 2021, sodass zu diesem Zeitpunkt auch die Entkonsolidierung vollzogen wurde. Nachdem die ProSiebenSat.1 Group Amorelie, einen Online-Shop für sinnlichen Lifestyle und Erotikprodukte, in den vergangenen sieben Jahren in der DACH-Region durch TV-Werbung bekannt gemacht hat, ist sie nun für die weitere Internationalisierung und damit den nächsten Entwicklungsschritt des Unternehmens nicht mehr der beste Eigentümer.

Mit Vertrag vom 15. November 2021 und wirtschaftlicher Wirkung zum selben Zeitpunkt hat zudem Red Arrow Studios, das Produktions- und Vertriebsgeschäft der ProSiebenSat.1 Group, den Mehrheitsanteil von 62,5 Prozent an dem US-amerikanischen Film-Vertrieb Gravitas Ventures LLC, Wilmington, Delaware, USA („Gravitas") an Anthem Sports & Entertainment Inc., Toronto, Kanada („Anthem"), ein globales Multiplattform-Medienunternehmen, verkauft. Gravitas vertreibt insbesondere Independent-Filme und -Dokumentationen an internationale Digital-Plattformen. Die Transaktion basiert auf einem Kaufpreis von 73 Mio US-Dollar und einer zusätzlichen Komponente in Form von Stammaktien. Diese Entscheidung reflektiert die Ausrichtung des Entertainment-Segments der ProSiebenSat.1 Group, das sich klar auf die DACH-Region als Kernmarkt fokussiert.

Die ProSiebenSat.1 Group verfolgt ein aktives Finanzmanagement und nutzt dabei verschiedene Finanzierunginstrumente. In diesem Kontext hat der Konzern bereits am 15. Januar 2021 die ursprünglich im April 2021 fällige Anleihe in Höhe von 600 Mio Euro vorzeitig zum Nominalwert (zuzüglich die bis zu diesem Rückzahlungstag aufgelaufenen Zinsen) aus Barmitteln zurückgezahlt, nachdem die Gesellschaft im Dezember 2020 von ihrem dreimonatigen Kündigungsrecht gemäß den Anleihebedingungen Gebrauch gemacht hatte. Zudem hat der Konzern im zurückliegenden Geschäftsjahr die derzeit attraktiven Bedingungen am Kapitalmarkt genutzt und eine neue Refinanzierungsmaßnahme getroffen: Per Anfang Oktober 2021 konnte die ProSiebenSat.1 Media SE eine Schuldscheindarlehensemission in Höhe von insgesamt 700 Mio Euro mit Laufzeiten von vier, sechs, acht und zehn Jahren erfolgreich abschließen. Die volumengewichtete durchschnittliche Laufzeitverlängerung beträgt rund 5,9 Jahre. ProSiebenSat.1 hat damit das Fälligkeitsprofil der Finanzierungsinstrumente weiter verlängert sowie diversifiziert. Die gesamten Erlöse der Schuldscheindarlehensemission wurden verwendet, um am 8. Oktober 2021 bestehende Darlehen (Term Loans) aus dem Senior Facilities Agreement mit Banken vorzeitig zurückzuzahlen. Der Tilgungsbetrag belief sich insgesamt auf 900 Mio Euro, sodass sich die Term Loans des Konzerns von 2,1 Mrd Euro auf nun 1,2 Mrd Euro reduzierten. Durch die gute Entwicklung der Cashflows im Jahr 2021 konnte sich der Konzern auch langfristig solide aufstellen und seine Brutto-Verschuldung nachhaltig verringern.
→ Fremdkapitalausstattung und Finanzierungsstruktur

ERTRAGSLAGE DES KONZERNS

UMSATZ

Die ProSiebenSat.1 Group verzeichnete 2021 ein dynamisches Umsatzwachstum: Der **Konzernumsatz** stieg gegenüber dem Vorjahr um 11 Prozent oder 447 Mio Euro auf 4.494 Mio Euro. Größter Wachstumstreiber war das Segment Entertainment mit deutlich höheren Werbeeinnahmen als noch zu Beginn des Geschäftsjahres erwartet. Gleichzeitig zahlt sich die synergetische Diversifizierung aus, die der Konzern in allen Segmenten vorantreibt. Teil dieser Strategie war auch die Akquisition des US-amerikanischen Online-Dating-Anbieters The Meet Group im September 2020, die seither das Segment Dating & Video stärkt und sich sehr positiv auf den Konzernumsatz ausgewirkt hat.

Auch bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen stieg der Konzernumsatz im Gesamtjahr mit einem Plus von 10 Prozent deutlich und belief sich auf 4.276 Mio Euro (Vorjahr: 3.895 Mio Euro)[7]. Nachdem im ersten Quartal 2021 die Auswirkungen der Pandemie-Beschränkungen noch spürbar gewesen waren, verzeichnete der Konzern im zweiten und dritten Quartal jeweils einen Rekordumsatz für den entsprechenden Zeitraum. Wichtiger Treiber waren hierfür die Entertainment-Werbeerlöse der Gruppe, die sich ab dem zweiten Quartal mit einem dynamischen Wachstum erholten. Auch im dritten und vierten Quartal verzeichneten diese einen Anstieg – sowohl gegenüber dem Vorjahr als auch gegenüber dem Vor-Corona-Jahr 2019. Zudem trug – bereinigt um Portfolio- und Währungseffekte – das Segment Commerce & Ventures auf Jahressicht zum starken organischen Wachstum bei.

AUSSENUMSATZERLÖSE DES KONZERNS[1]

in Mio Euro

	Entertainment		Dating & Video		Commerce & Ventures		Summe Konzern	
	2021	2020	**2021**	2020	**2021**	2020	**2021**	2020
Werbeerlöse	**2.323**	**2.090**	**—**	**—**	**150**	**135**	**2.473**	**2.225**
DACH	2.083	1.873	—	—	150	135	2.233	2.007
Rest der Welt	240	217	—	—	—	—	240	217
Distribution	**179**	**169**	**—**	**—**	**—**	**—**	**179**	**169**
Content	**491**	**394**	**—**	**—**	**—**	**—**	**491**	**394**
Europa	198	144	—	—	—	—	198	144
Rest der Welt	293	250	—	—	—	—	293	250
Dating & Video	**—**	**—**	**542**	**333**	**—**	**—**	**542**	**333**
Dating	—	—	278	249	—	—	278	249
Video	—	—	263	84	—	—	263	84
Digital Platform & Commerce	**—**	**—**	**—**	**—**	**701**	**807**	**701**	**807**
Consumer Advice	—	—	—	—	192	211	192	211
Experiences	—	—	—	—	77	87	77	87
Beauty & Lifestyle	—	—	—	—	433	509	433	509
Sonstige Umsatzerlöse	**105**	**116**	**—**	**—**	**3**	**4**	**108**	**119**
Summe	**3.098**	**2.768**	**542**	**333**	**854**	**945**	**4.494**	**4.047**

1 Die Vorjahreswerte wurden an die seit dem ersten Quartal 2021 bestehende Segmentstruktur angepasst.

7 Hierbei wurden 2021 die Umsatzerlöse der im September 2020 erworbenen The Meet Group für die Monate Januar bis August nicht berücksichtigt. Ebenfalls nicht enthalten sind die Beiträge des per Ende September 2020 veräußerten Hosting- und Infrastruktur-Anbieters myLoc für die Monate Januar bis September 2020, die Beiträge des per Anfang Dezember 2020 veräußerten OTC-Anbieters WindStar für die Monate Januar bis November 2020 und der Beitrag des per Mitte November 2021 veräußerten Film- und TV-Vertriebshauses Gravitas für den Monat Dezember 2020. Zur Bestimmung der Währungseffekte wird der Vorjahresumsatz mit den Durchschnittskursen umgerechnet, diese liegen der Währungsumrechnung des aktuellen Geschäftsjahres zu Grunde.

Der **Außenumsatz** des Segments **Entertainment** stieg im Geschäftsjahr 2021 auf 3.098 Mio Euro und lag damit um 12 Prozent oder 329 Mio Euro über dem Vorjahreswert. Dieser Anstieg reflektiert die Dynamik des Werbegeschäfts, das sich deutlich, und besser als zunächst erwartet, von den Auswirkungen der Pandemie erholt hat: Auf Jahressicht stiegen die Werbeerlöse des Segments um 11 Prozent und lagen damit um 2 Prozent über dem Niveau des Vor-Corona-Jahres 2019. Nach einem wachstumsstarken zweiten und dritten Quartal übertrafen die Werbeeinnahmen auch im vierten Quartal nicht nur den vergleichsweise hohen Vorjahreswert, sondern lagen ebenfalls über dem Vor-Corona-Niveau des vierten Quartals 2019.

Zugleich hat sich das Programmproduktionsgeschäft von den Folgen der Pandemie erholt und entwickelte sich 2021 dynamisch: Die Umsätze aus Programmproduktion und Programmverkauf (Content) haben gegenüber dem Vorjahr deutlich um 25 Prozent zugenommen. Die Distributionserlöse wuchsen um 6 Prozent, was insbesondere eine höhere Reichweite und eine gestiegene HD-Nutzung reflektiert. Konsolidierungsbedingt sind hingegen die sonstigen Umsatzerlöse gesunken: Sie lagen aufgrund der Entkonsolidierung des Hosting-Anbieters myLoc managed IT AG („myLoc") im September 2020 um 9 Prozent unter dem Vorjahr. Bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen betrug das Wachstum der externen Segmentumsätze 13 Prozent.

Der **Außenumsatz** im Segment **Dating & Video**, das aus der ParshipMeet Group besteht, betrug im Gesamtjahr 542 Mio Euro und lag damit um 209 Mio Euro über dem Vorjahreswert. Dieser erhebliche Anstieg um 63 Prozent ist geprägt von der Übernahme der The Meet Group, die seit September 2020 das Portfolio der Gruppe synergetisch ergänzt. Der Hauptumsatzmarkt[8] der ParshipMeet Group ist seit dieser Akquisition die USA, die 2021 55 Prozent (Vorjahr: 42 %) zum Segmentumsatz beigetragen haben. Auf die DACH-Region entfielen 28 Prozent des Umsatzes (Vorjahr: 42 %), auf den Rest der Welt 17 Prozent (Vorjahr: 16 %).

Der Bereich Dating trug 278 Mio Euro und damit 51 Prozent zum Außenumsatz des Segments bei (Vorjahr: 249 Mio Euro). Der Video-Bereich erwirtschaftete 2021 einen Umsatzbeitrag von 263 Mio Euro (Vorjahr: 84 Mio Euro); der Vorjahreswert entspricht dem Umsatzbeitrag des Video-Geschäfts ab der Konsolidierung der The Meet Group im September 2020. Deren wichtigster Umsatzmarkt sind die USA, wo staatliche Konjunkturprogramme den privaten Konsum im abgelaufenen Geschäftsjahr stimulierten. Dies hatte insbesondere im ersten Quartal 2021 einen positiven Effekt auf die Umsätze des Video-Bereichs.

Bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen lag der Umsatz des Segments Dating & Video annähernd auf dem Niveau des Vorjahres. Während der US-amerikanische Matchmaking-Dienst eharmony 2021 ein kräftiges organisches Wachstum gegenüber dem Vorjahr verzeichnete, wirkte sich hier gegenläufig der hohe Vorjahreswert aus: 2020 hatte die ParshipMeet Group stark von den Beschränkungen des öffentlichen Lebens infolge der Pandemie profitiert und ihre Umsätze entsprechend dynamisch gesteigert.
→ Rahmenbedingungen des Konzerns

Der **Außenumsatz** im Segment **Commerce & Ventures** lag 2021 bei 854 Mio Euro (Vorjahr: 945 Mio Euro) und damit insbesondere aufgrund von Entkonsolidierungen um 10 Prozent unter dem Vorjahresniveau. Diese Entwicklung reflektiert vor allem die Veräußerung des OTC-Anbieters WindStar Medical GmbH („WindStar", Beauty & Lifestyle) im Dezember 2020.

So ist der um Währungseffekte und Portfolioveränderungen bereinigte Segmentumsatz gestiegen: Dieser verzeichnete ein Plus von 3 Prozent bzw. 25 Mio Euro. Organisch gewachsen ist insbesondere der Online-Beauty-Anbieter Flaconi GmbH („Flaconi", Beauty & Lifestyle). Deutliche Zuwachsraten verzeichnete zudem das Mietwagenvergleichsportal billiger-mietwagen (Silvertours GmbH („Silvertours"), Consumer Advice), wenn auch noch nicht auf dem Vor-Pandemie-Niveau. Zugleich steigerten das Investitionsvehikel SevenGrowth sowie die SevenVentures mit ihrem

8 Umsatz, der am Sitz des Kunden erwirtschaftet wurde.

Media-for-Equity- und Media-for-Revenue-Geschäft ihre Umsätze. Die zunehmend schwierige Situation auf dem Energiemarkt wirkte sich hingegen nachteilig auf das Online-Vergleichsportal der Verivox GmbH aus („Verivox", Consumer Advice). Zudem war das Erlebnis- und Freizeitgeschäft der Jochen Schweizer mydays Holding GmbH („Jochen Schweizer mydays"; Experiences) durch das pandemische Umfeld negativ beeinflusst. Dies gilt insbesondere für das vierte Quartal und aufgrund der allgemeinen Kaufzurückhaltung vor dem Hintergrund der Omikron-Welle.
→ Entwicklung relevanter Marktumfelder

ANTEIL DER UMSATZERLÖSE NACH SEGMENTEN[1]

	2021	2020
Entertainment		
Werbeerlöse DACH	46 %	46 %
Andere Entertainment-Erlöse	23 %	22 %
Dating & Video	12 %	8 %
Commerce & Ventures	19 %	23 %

1 Die Vorjahreswerte wurden an die seit dem ersten Quartal 2021 bestehende Segmentstruktur angepasst.

UMSATZERLÖSE NACH REGIONEN[1]

in Mio Euro

	2021	2020
DACH	3.504	3.349
USA	878	620
Sonstige	111	77
Umsatzerlöse	**4.494**	**4.047**

1 Umsatz, der am Sitz der Gesellschaft erwirtschaftet wurde.

» **INFORMATION**
Die ProSiebenSat.1 Group generiert den Großteil ihres Umsatzes mit 78 Prozent in der DACH-Region (Vorjahr: 83 %).

ADJUSTED EBITDA

Das **adjusted EBITDA** der ProSiebenSat.1 Group ist im Gesamtjahr deutlich gestiegen, was das starke Umsatzwachstum und insbesondere die Erholung des Werbemarkts widerspiegelt: Das adjusted EBITDA belief sich 2021 auf 840 Mio Euro, ein klarer Anstieg um 19 Prozent oder 135 Mio Euro im Vergleich zum Vorjahr. Die **adjusted EBITDA-Marge** erhöhte sich entsprechend auf 18,7 Prozent (Vorjahr: 17,4 %). Das dynamische Umsatzwachstum der Gruppe hat somit die im Jahr 2021 wie erwartet gestiegenen Investitionen in das Programm überkompensiert, so dass der Konzern seine Profitabilität auf Jahressicht steigern konnte. Wie bereits zu Jahresbeginn angekündigt, nutzt der Konzern das positive Werbemarktumfeld, um durch den Fokus auf lokale und Live-Inhalte Reichweite und Marktanteile seiner Entertainment-Angebote mittel- und langfristig zu stärken.

ADJUSTED EBITDA NACH SEGMENTEN[1]
in Mio Euro

	2021	2020	Veränderung abs.	Veränderung in %	**Adjusted EBITDA-Marge 2021 (in %)[2]**	Adjusted EBITDA-Marge 2020 (in %)[2]
Entertainment	698	561	137	24,4	21,7	19,4
Dating & Video	119	80	39	48,7	21,9	23,9
Commerce & Ventures	50	84	–34	–40,6	5,8	8,7
Überleitung (Holding & Sonstiges)	–26	–19	–7	38,6	—	—
Summe adjusted EBITDA	**840**	**706**	**135**	**19,1**	**18,7**	**17,4**

1 Vorjahreswerte wurden an die seit dem ersten Quartal 2021 bestehende Segmentstruktur angepasst.
2 Auf Basis der Umsatzerlöse des Segments.

Das Segment **Entertainment** steigerte sein **adjusted EBITDA** im Geschäftsjahr 2021 um 137 Mio Euro auf 698 Mio Euro, die **adjusted EBITDA-Marge** erhöhte sich auf 21,7 Prozent (Vorjahr: 19,4 %). Diese positiven Entwicklungen wurden primär vom Wachstum des Werbegeschäfts getrieben, das sich seit dem zweiten Quartal 2021 kontinuierlich von den Auswirkungen der Pandemie erholte. Zudem steigerte das Umsatzwachstum in den Bereichen Content und Distribution die Ertragskraft des Segments. Gegenläufig haben sich die wie erwartet höheren Programmaufwendungen ausgewirkt, die jedoch von der sehr guten Entwicklung des Werbegeschäfts überkompensiert wurden. Ziel der Gruppe ist es, mit ihrer Programmstrategie und einem Fokus auf lokale, relevante Live-Inhalte ihre Marktführerschaft in der werberelevanten Zielgruppe in der Prime Time zu festigen.

Das Segment **Dating & Video** verzeichnete ebenfalls einen Ergebnisanstieg: Das **adjusted EBITDA** wuchs im Geschäftsjahr 2021 um 39 Mio Euro auf 119 Mio Euro. Dies ist wesentlich bedingt durch den Erwerb der The Meet Group im September 2020 und damit deren Berücksichtigung im gesamten Geschäftsjahr 2021. Die **adjusted EBITDA-Marge** des Segments hat sich hingegen auf 21,9 Prozent verringert (Vorjahr: 23,9 %) und reflektiert die unterschiedlichen Margenstrukturen der Geschäftsbereiche innerhalb des Dating & Video-Portfolios.

Das **adjusted EBITDA** des Segments **Commerce & Ventures** betrug im Gesamtjahr 50 Mio Euro und lag damit um 34 Mio Euro unter dem Vorjahreswert von 84 Mio Euro. Die **adjusted EBITDA-Marge** sank auf 5,8 Prozent (Vorjahr: 8,7 %). Die Ergebnisentwicklung war durch die Effekte gekennzeichnet, die auch den Umsatz des Segments beeinflussten: Zum einen waren der Verkauf von WindStar und dessen positiver Ergebnisbeitrag im Vorjahr in Höhe von 18 Mio Euro prägend. Zum anderen wirkten sich Investitionen in neue Wachstumsinitiativen sowie temporäre Effekte aus. Diese kennzeichneten die Ergebnisentwicklung insbesondere im vierten Quartal 2021: Angesichts steigender Infektionszahlen durch die Omikron-Welle waren die Verbraucher in ihrem Konsumverhalten zurückhaltend, darüber hinaus schlugen sich die hohe Inflationsrate sowie die zunehmend angespannte Situation auf dem Energiemarkt nieder. Letzteres beeinflusste das Geschäft unseres Preisvergleichsportals Verivox.

→ Umsatz

EBITDA

Das EBITDA des Konzerns beinhaltete im Geschäftsjahr 2021 **Sondereffekte** in Höhe von minus 36 Mio Euro, nach plus 95 Mio Euro im Vorjahr. Der Vorjahreswert ist vor allem geprägt durch Erträge aus Änderungen des Konsolidierungskreises: Darin enthalten sind die Veräußerungen von WindStar (106 Mio Euro) und myLoc (35 Mio Euro).

Die Sondereffekte beinhalten zu **bereinigende Erträge** in Höhe von 7 Mio Euro für das Geschäftsjahr 2021, nach 141 Mio Euro für das Geschäftsjahr 2020. Die ebenfalls in den Sondereffekten enthaltenen und im adjusted EBITDA zu **bereinigenden Aufwendungen** beliefen sich auf 43 Mio Euro (Vorjahr: 46 Mio Euro). Größte Einzelposition waren dabei die M&A-

Aufwendungen, welche 12 Mio Euro betrugen und sich annähernd gleichmäßig auf die drei Segmente verteilten (Vorjahr: 24 Mio Euro). Die Aufwendungen aus Änderungen des Konsolidierungskreises betrugen 10 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) und stehen fast gänzlich im Zusammenhang mit dem Verkauf von Gravitas (10 Mio Euro) im vierten Quartal 2021.

Die **Abschreibungen und Wertminderungen** beliefen sich im Geschäftsjahr 2021 auf 251 Mio Euro (Vorjahr: 248 Mio Euro). Die Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte betrugen dabei 155 Mio Euro (Vorjahr: 160 Mio Euro) und lagen wie die Abschreibungen auf Sachanlagen leicht unter Vorjahresniveau (77 Mio Euro; Vorjahr: 80 Mio Euro). Die Wertminderungen betrugen 29 Mio Euro (Vorjahr: 8 Mio Euro) und wurden im Wesentlichen auf immaterielle Vermögenswerte in den Segmenten Entertainment sowie Commerce & Ventures vorgenommen, wobei dieser Entwicklung bei Commerce & Ventures auch eine Wertaufholung in Höhe von 9 Mio Euro positiv entgegenstand.

DARSTELLUNG DER SONDEREFFEKTE INNERHALB DES ADJUSTED EBITDA

in Mio Euro

	2021	2020
Adjusted EBITDA	**840**	**706**
Erträge aus Änderungen des Konsolidierungskreises	1	140
Erträge aus sonstigen Einmaleffekten	6	1
Zu bereinigende Erträge	**7**	**141**
M&A-bezogene Aufwendungen	−12	−24
Reorganisationsaufwendungen	−7	−6
Aufwendungen für Rechtsstreitigkeiten	−1	−3
Anpassungen des beizulegenden Zeitwerts anteilsbasierter Vergütungen	−4	−5
Aufwendungen aus Änderungen des Konsolidierungskreises	−10	—
Aufwendungen aus sonstigen Einmaleffekten	−8	−7
Bewertungseffekte aus strategischen Neuausrichtungen von Business Units	−1	−1
Zu bereinigende Aufwendungen	**−43**	**−46**
Sondereffekte	**−36**	**95**
EBITDA	**804**	**801**

Vor diesem Hintergrund verzeichnete das **EBITDA** im Geschäftsjahr 2021 einen leichten Anstieg um 3 Mio Euro auf 804 Mio Euro. Das **EBIT** betrug 553 Mio Euro (Vorjahr: 553 Mio Euro) und lag damit trotz deutlich höherer Umsätze auf Vorjahresniveau. Der Vorjahreswert ist gekennzeichnet durch zuvor beschriebene positive Sondereffekte in Höhe von 95 Mio Euro und insbesondere den darin enthaltenen Erträgen aus Änderungen des Konsolidierungskreises in Höhe von 140 Mio Euro. Zudem sind die Umsatz- wie auch Vertriebskosten 2021 gegenüber dem Vorjahr gestiegen, was wiederum das Wachstum des Konzerns reflektiert. Die nachfolgende Tabelle stellt eine Überleitung der verschiedenen Ergebnisgrößen zum Konzernergebnis dar:

ÜBERLEITUNGSRECHNUNG ADJUSTED EBITDA ZUM KONZERNERGEBNIS

in Mio Euro

	2021	2020	Veränderung abs.	Veränderung in %
Adjusted EBITDA	840	706	135	19,1
Sondereffekte	−36	95	−131	~
EBITDA	**804**	**801**	**3**	**0,4**
Abschreibungen und Wertminderungen	−251	−248	−3	1,1
davon aus Kaufpreisallokationen	−58	−52	−6	11,0
Betriebsergebnis (EBIT)	**553**	**553**	**0**	**0,1**
Finanzergebnis	54	−183	237	~
Ertragsteuern	−165	−118	−47	40,1
Konzernergebnis	**442**	**252**	**190**	**75,3**

FINANZERGEBNIS

Das **Finanzergebnis** hat sich im Berichtszeitraum 2021 im Vergleich zum Vorjahr deutlich verbessert und betrug 54 Mio Euro (Vorjahr: -183 Mio Euro). Dabei ist die sehr positive Entwicklung des Finanzergebnisses durch folgende Entwicklungen geprägt:

Das **Zinsergebnis** verzeichnete eine deutliche Verbesserung auf minus 40 Mio Euro (Vorjahr: -73 Mio Euro). Dies ist vor allem auf die vorzeitige Anleiherückzahlung im Januar 2021 zurückzuführen. Zudem verbesserte sich das ebenfalls im Finanzergebnis erfasste **Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen** auf minus 41 Mio Euro (Vorjahr: -77 Mio Euro). Wie auch im Vorjahr ist hierin im Wesentlichen der 50-prozentige Anteil des Konzerns am Periodenergebnis von Joyn enthalten.

Das **sonstige Finanzergebnis** betrug 135 Mio Euro (Vorjahr: -32 Mio Euro). Es beinhaltet zum einen Bewertungseffekte aus sonstigen Finanzinstrumenten in Höhe von 130 Mio Euro (Vorjahr: 7 Mio Euro), die sich aus verschiedenen Einzelpositionen zusammensetzen. Die größte Einzelposition ist dabei ein positiver Bewertungseffekt aus Fondsinvestments in Höhe von 66 Mio Euro (Vorjahr: 20 Mio Euro). Daneben ist der Bewertungseffekt aus sonstigen Finanzinstrumenten vor allem durch das Investment in ABOUT YOU geprägt (48 Mio Euro). Zum anderen sind im sonstigen Finanzergebnis Erträge aus der Bewertung von bedingten Kaufpreisverbindlichkeiten in Höhe von 15 Mio Euro enthalten (Vorjahr: -30 Mio Euro).
→ Wesentliche Ereignisse und Änderungen im Konsolidierungskreis

Das **Ergebnis aus Währungsumrechnung** hat sich um 7 Mio Euro verbessert und betrug 1 Mio Euro (Vorjahr: -6 Mio Euro).

ERTRAGSTEUERN

Im Geschäftsjahr 2021 verzeichnete die ProSiebenSat.1 Group einen Aufwand aus **Ertragsteuern** in Höhe von 165 Mio Euro (Vorjahr: 118 Mio Euro). Der Anstieg gegenüber dem Vorjahr ergab sich im Wesentlichen durch die Erhöhung des Ergebnisses vor Steuern. Des Weiteren berücksichtigen die Werte für 2021 eine Anpassung der Rückstellung für unsichere Steuerpositionen aufgrund eines Erlasses der Finanzverwaltung zur gewerbesteuerlichen Kürzung von Beträgen aus der Hinzurechnungsbesteuerung in Höhe von 14 Mio Euro. Darüber hinaus wurde die effektive Steuerquote durch steuerfreie Bewertungseffekte sowie durch nicht aktivierte latente Steuern auf Verluste und Ergebnisse aus at-Equity bewerteten Anteilen beeinflusst. Die effektive Steuerquote minderte sich von 31,9 Prozent im Geschäftsjahr 2020 auf 27,2 Prozent für das Geschäftsjahr 2021. Die adjustierte Steuerquote beläuft sich vor allem aufgrund der Bereinigung der Bewertungseffekte und der genannten Anpassung der Steuerrückstellung bezüglich der gewerbesteuerlichen Kürzung der Hinzurechnungsbesteuerung auf 34,9 Prozent.

KONZERNERGEBNIS UND ADJUSTED NET INCOME

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

in Mio Euro

	2021	2020
Umsatzerlöse	4.494	4.047
Umsatzkosten	−2.746	−2.468
Vertriebskosten	−712	−646
Verwaltungskosten	−501	−538
Sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen	18	157
Betriebsergebnis (EBIT)	**553**	**553**
Finanzergebnis	54	−183
Ertragsteuern	−165	−118
Konzernergebnis	**442**	**252**
Anteil der Gesellschafter der ProSiebenSat.1 Media SE	449	267
Anteil anderer Gesellschafter	−7	−15

Aus den genannten Gründen verzeichnete das **Konzernergebnis** ein sehr deutliches Wachstum: Es stieg um 75 Prozent bzw. 190 Mio Euro auf 442 Mio Euro. Das **adjusted net income** wuchs zugleich um 64 Prozent oder 141 Mio Euro auf 362 Mio Euro. Damit verzeichnete auch das **bereinigte Ergebnis je Aktie** ein klares Wachstum und stieg auf 1,60 Euro (Vorjahr: 0,98 Euro). Diese positive Entwicklung spiegelt sich im Dividendenvorschlag an die Aktionär:innen wider.
→ Gewinnverwendung

Die zur Berechnung des adjusted net income relevanten Sondereffekte werden in der nachstehenden Überleitungsrechnung dargestellt:

ÜBERLEITUNGSRECHNUNG ADJUSTED NET INCOME

in Mio Euro

	2021	2020	Veränderung abs.	Veränderung in %
Konzernergebnis	**442**	**252**	**190**	**75,3**
Sondereffekte innerhalb des EBITDA	36	−95	131	~
Abschreibungen und Wertminderungen aus Kaufpreisallokationen	59[2]	52	6	11,9
Bewertungseffekte im sonstigen Finanzergebnis	−130	−7	−123	~
Bewertungseffekte aus Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten[1]	−12	33	−45	~
Bewertungseffekte aus Zinssicherungsgeschäften	—	−1	1	-100,0
Sonstige Effekte	−5	12	−16	~
Aus den Bereinigungen resultierende Steuereffekte	−29	−19	−10	53,3
Zwischensumme	**362**	**228**	**134**	**58,8**
Anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Konzernergebnis	7	15	−7	-49,8
Anderen Gesellschaftern zuzurechnende Bereinigungen	−7	−21	14	-68,8
Bereinigtes anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Konzernergebnis	1	−6	7	~
Adjusted net income	**362**	**221**	**141**	**63,8**
Bereinigtes Ergebnis je Aktie (in Euro)	**1,60**	**0,98**		

1 Inkl. Aufzinsungs- und Fremdwährungseffekte in Höhe von 4 Mio Euro (Vorjahr: 3 Mio Euro).
2 Inkl. Effekte auf assoziierte Unternehmen, die nach der at-Equity-Methode konsolidiert werden in Höhe von 0 Mio Euro.

FUNKTIONSKOSTEN

Die **Umsatzkosten** wuchsen im abgelaufenen Geschäftsjahr um 11 Prozent auf 2.746 Mio Euro (Vorjahr: 2.468 Mio Euro). Zu diesem Anstieg haben zum einen wachstumsbedingte Kostensteigerungen vor allem im Bereich Programmproduktion (75 Mio Euro) sowie beim Online-Beauty-Anbieter Flaconi (35 Mio Euro) beigetragen, zum anderen ein höherer Werteverzehr des Programmvermögens von 29 Mio Euro (+3 % vs. Vorjahr). Neben diesen Faktoren, die insbesondere ein starkes organisches Umsatzwachstum reflektieren, wirkten sich im Vergleich zum Vorjahr der Erwerb der The Meet Group (161 Mio Euro) sowie die Veräußerung von WindStar (82 Mio Euro) negativ aus. Bereinigt um diese Portfolioeffekte betrug der Anstieg der Umsatzkosten nur 8 Prozent bzw. 199 Mio Euro, während der Umsatz im gleichen Zeitraum und bei gleicher Betrachtung um 9 Prozent gewachsen ist.

Die in den Umsatzkosten enthaltenen Programmaufwendungen erhöhten sich wie erwartet im Geschäftsjahr und stiegen auf 1.055 Mio Euro (Vorjahr: 1.023 Mio Euro). Der Konzern hatte im Vorjahr angekündigt, das positive Werbemarktumfeld für verstärkte Investitionen in sein lokales Programm zu nutzen, um seine Reichweite über alle Plattformen auszubauen, die Wettbewerbsposition zu stärken und so auch die Voraussetzungen für künftiges weiteres Werbeumsatzwachstum zu schaffen. Die Programmaufwendungen beinhalten im Gesamtjahr insbesondere einen Wertverzehr auf das Programmvermögen in Höhe von 995 Mio Euro (Vorjahr: 966 Mio Euro) sowie Aufwendungen für direkt aufwandswirksam erfasste Produktionen in Höhe von 60 Mio Euro (Vorjahr: 57 Mio Euro).

Die **Vertriebskosten** des Konzerns stiegen um 10 Prozent auf 712 Mio Euro (Vorjahr: 646 Mio Euro). Diese Entwicklung ist unter anderem bedingt durch den Erwerb der The Meet Group (21 Mio Euro). Zugleich erhöhten sich die Vertriebskosten wachstumsbedingt, etwa bei Flaconi (16 Mio Euro).

Die **Verwaltungskosten** des Konzerns sind hingegen gesunken und beliefen sich im Geschäftsjahr 2021 auf 501 Mio Euro. Ursachen für diesen Rückgang von 7 Prozent oder 37 Mio Euro sind unter anderem geringere Aufwendungen für Beratungsleistungen sowie geringere Abschreibungen auf Sachanlagen und gesunkene Gebäudekosten.

Die in den Umsatz-, Vertriebs- und Verwaltungskosten ausgewiesenen **Personalaufwendungen** betrugen in Summe 814 Mio Euro. Dies entspricht einem Anstieg um 14 Prozent oder 97 Mio Euro gegenüber dem Vorjahr. Er beruht im Wesentlichen auf der dynamischen Entwicklung in den Segmenten, wobei hier insbesondere das höhere Geschäftsvolumen im Bereich Programmproduktion (37 Mio Euro) und die Akquisition der The Meet Group (33 Mio Euro) einen Effekt hatten. Zudem wirken sich höhere Rückstellungen für variable Vergütungen und die Auszahlung eines Corona-Bonus aus.

GEWINNVERWENDUNG

Die ProSiebenSat.1 Media SE verfolgt seit dem Geschäftsjahr 2018 eine Dividendenpolitik, die grundsätzlich eine Ausschüttung an die Aktionär:innen in Höhe von rund 50 Prozent des adjusted net income als Dividende vorsieht. Mittelzuflüsse, die über die Dividendenausschüttung hinausgehen, verwendet der Konzern vorrangig für Investitionen in organisches und anorganisches Wachstum sowie zum Schuldenabbau.

Angesichts des deutlichen Wachstums des adjusted net income und einer erfolgreichen Geschäftsentwicklung im Geschäftsjahr 2021 empfiehlt der Vorstand dem Aufsichtsrat, entsprechend der Dividendenpolitik des Konzerns, der Hauptversammlung für das Geschäftsjahr eine Dividende in Höhe von 0,80 Euro vorzuschlagen, die damit deutlich über der Dividende des Vorjahres liegt (0,49 Euro). Dies entspricht einer Dividendenrendite von 5,7 Prozent bezogen auf

den Schlusskurs der ProSiebenSat.1-Aktie zum Jahresende 2021 (Vorjahr: 3,6 %). Die Dividendensumme steigt damit auf 181 Mio Euro nach 111 Mio Euro im Vorjahr.

RETURN ON CAPITAL EMPLOYED (ROCE)

Die ProSiebenSat.1 Group misst den mittelfristigen finanziellen Erfolg des Unternehmens anhand der Kennzahl P7S1 ROCE (Return on Capital Employed). Mittelfristig strebt der Konzern hier einen Wert von über 15 Prozent an. Vor dem Hintergrund der verbesserten operativen Performance und der konsequenten nachhaltigen Steuerung des Konzerns hat sich der **Return on Capital Employed (P7S1 ROCE)** der ProSiebenSat.1 Group im Geschäftsjahr 2021 deutlich auf 14,1 Prozent verbessert. Im Vorjahr lag der Wert noch bei 10,5 Prozent. Der Anstieg ist im Wesentlichen auf die positive Entwicklung des adjusted EBIT zurückzuführen. Der Anstieg des Eingesetzten Kapitals liegt insbesondere in der Akquisition der The Meet Group im dritten Quartal 2020 begründet.

→ Planung und Steuerung

BERECHNUNG P7S1 ROCE

in Mio Euro

	2021	2020
Adjusted EBIT[1]	652	514
Zzgl. Pensionsaufwendungen	1	2
Zzgl. Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen	−41	−77
Ergebnis (ROCE)	**612**	**439**
Eingesetztes Kapital (Durchschnitt)[2]	**4.337**	**4.189**
P7S1 ROCE (in %)	**14,1**	**10,5**

1 Adjusted EBIT steht für adjusted Earnings Before Interest and Taxes. Es beschreibt das um bestimmte Einflussfaktoren (Sondereffekte) bereinigte Betriebsergebnis (Ergebnis vor Zinsen und Steuern). Zu diesen zählen die in das adjusted EBITDA fließende Sondereffekte sowie Abschreibungen und Wertminderungen aus Kaufpreisallokationen.
2 Das Eingesetztes Kapital ist die Differenz aus Immateriellen Vermögenswerten (inkl. Geschäfts- oder Firmenwert und Kaufpreisallokation), Sachanlagen, at-Equity bewertete Anteile, Media-for-Equity Investitionen, Programmvermögen, Vorräte, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie kurzfristige sonstige finanzielle Vermögenswerte (exklusive Derivate) und übrige Forderungen und Vermögenswerte abzüglich Sonstige Rückstellungen, Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, Verbindlichkeiten gegenüber at-Equity bewerteten Anteilen und Übrige Verbindlichkeiten. Dabei bezieht sich der Wert auf den Durchschnitt der Stichtage der letzten fünf Quartale.

VERMÖGENSLAGE DES KONZERNS

Die Bilanzsumme belief sich zum 31. Dezember 2021 auf 6.587 Mio Euro (31. Dezember 2020: 7.081 Mio Euro) und verringerte sich damit im Vergleich zum Vorjahresstichtag um 7 Prozent. Nachfolgend werden wesentliche Veränderungen gegenüber dem Vorjahresstichtag beschrieben:

VERMÖGENSLAGE

in Mio Euro

	31.12.2021	31.12.2020	Veränderung abs.	Veränderung in %
Aktiva				
Geschäfts- oder Firmenwerte	2.163	2.177	−14	-1
Programmvermögen	973	1.072	−99	-9
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	867	943	−76	-8
Sachanlagen	495	443	52	12
Sonstige	484	341	143	42
Langfristige Vermögenswerte	**4.982**	**4.975**	**7**	**0**
Programmvermögen	172	141	30	22
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	504	569	−65	-11
Sonstige	334	172	163	95
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	594	1.224	−630	-51
Kurzfristige Vermögenswerte	**1.605**	**2.106**	**−502**	**-24**
Bilanzsumme	**6.587**	**7.081**	**−495**	**-7**
Passiva				
Eigenkapital	**2.099**	**1.687**	**412**	**24**
Finanzverbindlichkeiten	2.395	2.591	−197	-8
Sonstige	743	826	−82	-10
Langfristige Schulden	**3.138**	**3.417**	**−279**	**-8**
Finanzverbindlichkeiten	51	601	−550	-92
Sonstige	1.299	1.376	−77	-6
Kurzfristige Schulden	**1.350**	**1.977**	**−627**	**-32**
Bilanzsumme	**6.587**	**7.081**	**−495**	**-7**

Das **Programmvermögen** betrug 1.145 Mio Euro (31. Dezember 2020: 1.213 Mio Euro). Die Entwicklung des Programmvermögens ist durch unterschiedliche Effekte geprägt: Aufgrund höherer Wertminderungen, stieg der Werteverzehr im Gesamtjahr auf 1.026 Mio Euro (Vorjahr: 999 Mio Euro). Gleichzeitig sind die Zugänge im Programmvermögen gesunken, was unsere Content-Strategie reflektiert, die sich auf lokale und Live-Inhalte fokussiert. Vor diesem Hintergrund sanken im Jahr 2021 die Investitionen in Lizenzprogramme. Im Einzelnen ergaben sich folgende Buchwerte zum 31. Dezember:

ANLAGESPIEGEL PROGRAMMVERMÖGEN
in Mio Euro

	2021	2020
Buchwert 01.01.	**1.213**	**1.204**
Zugänge	983	1.027
Abgänge	−25	−17
Werteverzehr	−1.026	−999
Sonstige Veränderung	−1	−1
Buchwert 31.12.	**1.145**	**1.213**

Die mit den Investitionen einhergehenden finanziellen Verpflichtungen aus den Lizenzverträgen erfüllt die ProSiebenSat.1 Group in der Regel in US-Dollar. Um sich gegen marktbedingte Wechselkursänderungen abzusichern, setzt der Konzern derivative und originäre Finanzinstrumente in Form von Devisentermingeschäfte, Devisenswaps, Devisenoptionen und Währungsbestände (Devisenkassaposition) ein. Zum 31. Dezember 2021 lag die Sicherungsquote bei 76 Prozent bezogen auf das Gesamtvolumen aller zukünftigen US-Dollar-Zahlungen, die aus bestehenden Lizenzverträgen resultieren und die im Rahmen der implementierten Absicherungsstrategie innerhalb eines Zeitraums von sieben Jahren fällig werden (31. Dezember 2020: 80 %).

ERGEBNISEFFEKTE AUS DEM PROGRAMMVERMÖGEN
in Mio Euro

	2021	2020
Werteverzehr	1.026	999
Veränderung Rückstellung für belastende Verträge	−31	−33
Werteverzehr inkl. Veränderung Rückstellung für belastende Verträge	**995**	**966**

Die **sonstigen immateriellen Vermögenswerte** haben sich zum Ende des Geschäftsjahres um 8 Prozent auf 867 Mio Euro reduziert (31. Dezember 2020: 943 Mio Euro). Vor allem die im abgelaufenen Geschäftsjahr vorgenommenen Entkonsolidierungen hatten hier einen wesentlichen Einfluss.

Die **Sachanlagen** stiegen um 12 Prozent auf 495 Mio Euro (31. Dezember 2020: 443 Mio Euro). Hauptgrund hierfür sind neu angemietete Gewerbeflächen in Deutschland und geleistete Anzahlungen im Rahmen des Campus-Neubaus in Unterföhring.

Die **sonstigen langfristigen Vermögenswerte** erhöhten sich um 42 Prozent und betrugen 484 Mio Euro (31. Dezember 2020: 341 Mio Euro). Ihr Anstieg ist unter anderem auf die Investition in die Sport- und Fitness-Plattform Urban Sports Club, deren Anteil mit der Equity-Methode bilanziert wird, sowie auf positive Bewertungseffekte aus Fondsinvestments zurückzuführen.

Einen sehr deutlichen Anstieg verzeichneten die **sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte** – sie haben sich annähernd verdoppelt und betrugen 334 Mio Euro (31. Dezember 2020: 172 Mio Euro). Ein Grund hierfür waren positive Bewertungseffekte aus dem Börsengang von ABOUT YOU. Zu den weiteren Gründen zählen der Anstieg der Ertragsteuer-Vorauszahlungen infolge der positiven Ergebnisentwicklung sowie gestiegene kurzfristige Fremdwährungssicherungsgeschäfte.

Die **kurzfristigen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** sind hingegen stichtagsbedingt um 11 Prozent auf 504 Mio Euro gesunken (31. Dezember 2020: 569 Mio Euro).

Die **Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente** betrugen 594 Mio Euro (31. Dezember 2020: 1.224 Mio Euro). Dieser deutliche Rückgang gegenüber dem Vorjahresstichtag reflektiert das proaktive Finanzmanagement des Konzerns. So hat ProSiebenSat.1 im Januar 2021 eine Anleihe mit einem Volumen von 600 Mio Euro vorzeitig zurückgeführt. Zudem setzt der Konzern seine generelle Dividendenpolitik fort und hat im Juni 2021 eine Dividende in Höhe von 111 Mio Euro an

seine Aktionär:innen ausgeschüttet.

→ Fremdkapitalausstattung und Finanzierungsstruktur

Das **Eigenkapital** stieg um 24 Prozent auf 2.099 Mio Euro (31. Dezember 2020: 1.687 Mio Euro). Diese Entwicklung ist zum einen auf das positive Konzernergebnis der Berichtsperiode zurückzuführen. Zum anderen wirkten sich die Währungsumrechnung von Abschlüssen ausländischer Tochterunternehmen sowie die Wertentwicklung der langfristigen Fremdwährungssicherungsgeschäfte in US-Dollar aus. Damit einhergehend stieg die Eigenkapitalquote auf 31,9 Prozent (31. Dezember 2020: 23,8 %). Die vorzeitige Rückzahlung der originär im April 2021 fälligen Anleihe mit einem Buchwert von 600 Mio Euro hatte einen wesentlichen positiven Effekt auf das Gesamtkapital.

Die **Finanzverbindlichkeiten** haben sich insbesondere infolge der vorzeitigen Anleihenrückzahlung signifikant reduziert und beliefen sich auf 2.446 Mio Euro (31. Dezember 2020: 3.192 Mio Euro).

Die Veränderung der **sonstigen langfristigen Verbindlichkeiten** um 10 Prozent auf 743 Mio Euro (31. Dezember 2020: 826 Mio Euro) ist überwiegend auf den Rückgang der bedingten Kaufpreisverbindlichkeiten zurückzuführen. Ebenfalls gesunken sind die **sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten**, sie betrugen 1.299 Mio Euro (31. Dezember 2020: 1.376 Mio Euro). Der Rückgang liegt im Wesentlichen in im Vergleich zum Vorjahr geringeren Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie in niedrigeren Rückstellungen für belastende Verträge begründet.

NET WORKING CAPITAL

NET WORKING CAPITAL
in Mio Euro

	31.12.2021	31.12.2020
Vorräte	49	44
Forderungen	517	588
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	607	692
Net Working Capital	**−40**	**−60**

Das **Net Working Capital** der ProSiebenSat.1 Group betrug zum 31. Dezember 2021 minus 40 Mio Euro (31. Dezember 2020: -60 Mio Euro). Bezogen auf die Umsatzerlöse der letzten zwölf Monate lag das durchschnittliche Net Working Capital zum 31. Dezember 2021 bei minus 0,9 Prozent (31. Dezember 2020: -1,5 %).

FINANZ- UND LIQUIDITÄTSLAGE DES KONZERNS

FREMDKAPITALAUSSTATTUNG UND FINANZIERUNGSSTRUKTUR

Die ProSiebenSat.1 Group verfügt über verschiedene Finanzierungsinstrumente und verfolgt ein aktives Finanzmanagement. In der Berichtsperiode hat die Gruppe daher die günstigen Bedingungen am Fremdkapitalmarkt genutzt, um sich attraktive Zinssätze zu sichern und das Fälligkeitsprofil weiter zu verlängern sowie zu diversifizieren.

Das Fremdkapital hatte zum 31. Dezember 2021 einen Anteil von 68 Prozent an der Bilanzsumme (31. Dezember 2020: 76 %). Der Großteil des Fremdkapitals entfiel mit 2.446 Mio Euro bzw. 54 Prozent auf Finanzverbindlichkeiten (31. Dezember 2020: 3.192 Mio Euro bzw. 59 %).
→ Vermögenslage des Konzerns

Die Laufzeiten und Volumina der langfristigen Finanzierungsinstrumente stellen sich im Einzelnen wie folgt dar:

- Zum 31. Dezember 2021 verfügt die ProSiebenSat.1 Media SE über eine unbesicherte syndizierte Konsortialkreditvereinbarung, bestehend aus einem endfälligen Darlehen (Term Loan) mit einem Nominalvolumen von 1.200 Mio Euro sowie einer revolvierenden Kreditfazilität (RCF) mit einem Rahmenvolumen von 750 Mio Euro. Die überwiegenden Teile der Kreditlinien haben eine Laufzeit bis April 2024. Im Oktober 2021 hatte die ProSiebenSat.1 Media SE – vorwiegend mit Erlösen aus neuen Schuldscheindarlehen – einen Teil des Term Loans zurückgeführt, es hatte ursprünglich ein Volumen von 2.100 Mio Euro.

- Anfang Oktober 2021 schloss die ProSiebenSat.1 Media SE neue Schuldscheindarlehen in Höhe von insgesamt 700 Mio Euro mit Laufzeiten von vier, sechs, acht und zehn Jahren ab. Die gesamten Erlöse wurden im Oktober 2021 zur vorzeitigen Rückzahlung eines Term Loan unter der Konsortialvereinbarung verwendet. Die volumengewichtete durchschnittliche Laufzeit über alle Tranchen beträgt rund 5,9 Jahre. Zudem hat ProSiebenSat.1 drei Schuldscheindarlehen mit einer Gesamthöhe von 500 Mio Euro im Bestand, welche das Unternehmen 2016 mit Laufzeiten von sieben Jahren (225 Mio Euro festverzinslich und 50 Mio Euro variabel verzinslich) und zehn Jahren (225 Mio Euro festverzinslich) begeben hatte.

- Bis zum 15. Januar 2021 hatte die ProSiebenSat.1 Media SE eine Anleihe mit einem Volumen von 600 Mio Euro ausstehend. Im Dezember 2020 machte die ProSiebenSat.1 Group jedoch von ihrem vorzeitigen Kündigungsrecht Gebrauch und zahlte die im April 2014 begebene Anleihe zu Jahresbeginn zum Nominalwert zurück. Diese ursprünglich im April 2021 fällige Anleihe war bis zu ihrer vorzeitigen Rückzahlung im Januar 2021 am regulierten Markt der Luxemburger Börse notiert.

Mit diesen Finanzierungsmaßnahmen hat die ProSiebenSat.1 Group ihre Brutto-Verschuldung insgesamt nachhaltig reduziert, die durchschnittliche Laufzeit der Finanzierungsinstrumente verlängert und das Fälligkeitsprofil diversifiziert. Vor diesem Hintergrund ist der Konzern auch langfristig solide aufgestellt.
→ Wesentliche Ereignisse und Änderungen im Konsolidierungskreis

FREMDFINANZIERUNGSINSTRUMENTE UND LAUFZEITEN ZUM 31. DEZEMBER 2021

Finanzierungsinstrumente	in Mio Euro	Laufzeit
Term Loan	86	April 2023
Schuldscheindarlehen '16	275	Dezember 2023
Term Loan	1.114	April 2024
Schuldscheindarlehen '21	226	Oktober 2025
Schuldscheindarlehen '16	225	Dezember 2026
Schuldscheindarlehen '21	346	Oktober 2027
Schuldscheindarlehen '21	80	Oktober 2029
Schuldscheindarlehen '21	48	Oktober 2031

Ohne syndizierte revolvierenden Kreditfazilität (derzeit nicht in Anspruch genommen) in Höhe von insgesamt 74 Mio Euro (Fälligkeit im April 2023) und 676 Mio Euro (Fälligkeit im April 2024) sowie sonstige Darlehen und Geldaufnahmen.

Die Finanzierungsinstrumente des Konzerns unterliegen nicht der Einhaltung von Finanzkennzahlen. Die Verzinsung des syndizierten endfälligen Darlehens (Term Loan) sowie der syndizierten revolvierenden Kreditfazilität erfolgt variabel zu Euribor-Geldmarktkonditionen zuzüglich einer Kreditmarge, wobei der Vertrag eine Untergrenze für den Basiszins bei 0 Prozent vorsieht. Um sich gegen marktbedingte Zinssatzveränderungen abzusichern, setzt der Konzern derivative Finanzinstrumente in Form von Zinsswaps und Zinsoptionen ein. Zum 31. Dezember 2021 lag der Festzinsanteil bei 100 Prozent bezogen auf das gesamte langfristige Finanzierungsportfolio (31. Dezember 2020: 95 %). Die durchschnittliche Zinsobergrenze der Zinscaps belief sich zum 31. Dezember 2021 auf 0 Prozent per annum für den Zeitraum bis 2024.

→ Vermögenslage des Konzerns

Die im Oktober 2021 platzierte Schuldscheindarlehensemission teilt sich in vier festverzinsliche und drei variabel verzinsliche Tranchen auf, wobei die festverzinslichen Tranchen in Summe rund 403 Mio Euro (durchschnittlich gewichtete Laufzeit: rund 6,1 Jahre) und die variabel verzinslichen Tranchen in Summe rund 297 Mio Euro betragen. Die volumengewichtete Laufzeit über alle Tranchen beträgt 5,9 Jahre. Die Verzinsung der drei variabel verzinslichen Tranchen erfolgt zu Euribor-Geldmarktkonditionen mit einem Floor von null Prozent und einem Aufschlag von volumengewichtet rund 0,85 Prozent pro Jahr.

Daneben hat die ProSiebenSat.1 Media SE im vierten Quartal 2021 eine kurzfristige Finanzierungsopportunität im Geldmarkt genutzt und dort ein negativ verzinstes Geldmarktprodukt mit zwölfmonatiger Laufzeit aufgenommen, bei dem die ProSiebenSat.1 Media SE Zinsen erhält.

FINANZIERUNGSANALYSE

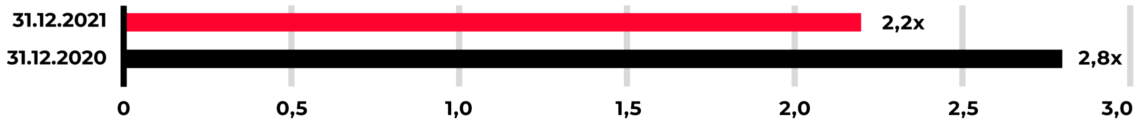
NETTO-FINANZVERBINDLICHKEITEN
in Mio Euro

	31.12.2021	31.12.2020
Finanzverbindlichkeiten		
Term Loan	1.197	2.092
Anleihe	—	600
Schuldscheindarlehen	1.198	499
Sonstige Instrumente	51	1
Summe Finanzverbindlichkeiten	**2.446**	**3.192**
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	594	1.224
Netto-Finanzverbindlichkeiten	**1.852**	**1.968**

Die **Netto-Finanzverbindlichkeiten** des Konzerns haben sich im Vergleich zum Jahresende 2020 trotz der Dividendenausschüttung im Juni 2021 in Höhe von 111 Mio Euro verringert: Sie sanken um 6 Prozent oder 117 Mio Euro auf 1.852 Mio Euro.

Die niedrigeren Netto-Finanzverbindlichkeiten sowie die positive Entwicklung des adjusted EBITDA der letzten zwölf Monate führte zu einer deutlichen Verbesserung des **Verschuldungsgrads** auf den Faktor 2,2x am Jahresende 2021 (31. Dezember 2020: 2,8x). Damit lag der Verschuldungsgrad zum Jahresende wieder in der angestrebten Zielbandbreite von 1,5x bis 2,5x. Im Jahr 2020 war der Verschuldungsgrad von den negativen Einflüssen der COVID-19-Pandemie geprägt.

VERSCHULDUNGSGRAD[1]



1 Der Verschuldungsgrad ergibt sich, indem die Netto-Finanzverbindlichkeiten in Relation zum LTM adjusted EBITDA gesetzt werden.

» **INFORMATION**
Der Verschuldungsgrad spiegelt das Verhältnis der Netto-Finanzverbindlichkeiten zum adjusted EBITDA der letzten zwölf Monate wider (LTM adjusted EBITDA). In der Definition der Netto-Finanzverbindlichkeiten der ProSiebenSat.1 Group sind zum 31. Dezember 2021 keine Leasingverbindlichkeiten gemäß IFRS 16 in Höhe von 220 Mio Euro (31. Dezember 2020: 228 Mio Euro) sowie Immobilienverbindlichkeiten in Höhe von 97 Mio Euro enthalten (31. Dezember 2020: 71 Mio Euro).

LIQUIDITÄTS- UND INVESTITIONSANALYSE

ADJUSTED OPERATING FREE CASHFLOW
in Mio Euro

	2021	2020
Adjusted EBITDA	840	706
Werteverzehr auf das Programmvermögen inkl. Veränderung der Rückstellung für belastende Verträge	995	966
Veränderung der Rückstellungen	27	25
Veränderung des Working Capital	−18	−39
Investitionen	−1.278	−1.297
davon Programminvestitionen	−1.060	−1.063
davon Sonstige Investitionen	−218	−234
Sonstiges[1]	33	64
Adjusted Operating Free Cashflow	**599**	**424**

1 Enthält Bereinigungen aus Sondereffekten innerhalb des EBITDA, die in den Positionen Werteverzehr auf das Programmvermögen inkl. Veränderung der Rückstellung für belastende Verträge, Veränderung der Rückstellungen, Veränderung des Working Capital sowie Investitionen enthalten sind.

Im Geschäftsjahr 2021 stieg der **adjusted Operating Free Cashflow** der ProSiebenSat.1 Group signifikant und erreichte einen Wert von 599 Mio Euro (Vorjahr: 424 Mio Euro). Diese sehr positive Entwicklung reflektiert vor allem das hohe Ergebniswachstum des Konzerns und unterstreicht unser effektives Cashflow-Management.

» **INFORMATION**

Zur weiteren Fokussierung auf die operative Cashflow-Steuerung hat der Konzern den adjusted Operating Free Cashflow mit dem Geschäftsjahr 2021 als einen seiner bedeutsamsten finanziellen Leistungsindikatoren eingeführt. Die Kennzahl dient gleichzeitig auch der internen Steuerung der Führungskräfte im Konzern.

KAPITALFLUSSRECHNUNG

in Mio Euro

	2021	2020
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	**1.539**	**1.511**
Cashflow aus Investitionstätigkeit	**−1.249**	**−1.391**
Free Cashflow	**289**	**120**
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	**−940**	**205**
Wechselkursbedingte Änderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	20	−50
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	−630	274
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang	1.224	950
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende	**594**	**1.224**

Die ProSiebenSat.1 Group erzielte im Geschäftsjahr 2021 einen **Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit** von 1.539 Mio Euro (Vorjahr: 1.511 Mio Euro). Dabei wurde die gute operative Performance teilweise durch deutlich höhere Steuerzahlungen kompensiert.

Die ProSiebenSat.1 Group weist für den Berichtszeitraum einen **Cashflow aus Investitionstätigkeit** von minus 1.249 Mio Euro aus (Vorjahr: -1.391 Mio Euro). Dabei ergaben sich im Einzelnen folgende Mittelflüsse:

– Der Mittelabfluss für den Erwerb von Programmvermögen betrug im abgelaufenen Geschäftsjahr 1.060 Mio Euro (Vorjahr: 1.063 Mio Euro).

– Die Auszahlungen für den Erwerb von konsolidierten Unternehmen beliefen sich auf 25 Mio Euro (Vorjahr: 397 Mio Euro). Sie enthalten vor allem nachgelagerte Kaufpreiszahlungen für Gesellschaften aus dem Segment Entertainment. Im Vorjahr entfielen die Auszahlungen mit 368 Mio Euro vor allem auf den Erwerb der The Meet Group.

– Die Einzahlungen aus dem Verkauf von konsolidierten Unternehmen betrugen insgesamt 63 Mio Euro nach 305 Mio Euro im Vorjahr. Sie enthalten im Wesentlichen den Verkauf der Anteile an Amorelie und Gravitas. Im Vorjahr waren sie vor allem durch den Verkauf von WindStar geprägt.
→ **Wesentliche Ereignisse und Änderungen im Konsolidierungskreis**

– Für sonstige immaterielle Vermögenswerte flossen 125 Mio Euro ab (Vorjahr: 155 Mio Euro). Diese setzen sich hauptsächlich aus Entwicklungskosten, Lizenzen aus der Vermarktung von digitalen Angeboten, Software sowie gewerblichen Schutzrechten zusammen. Die Investitionen in Sachanlagen betrugen 93 Mio Euro (Vorjahr: 79 Mio Euro). Diese beinhalten neben technischen Anlagen den Campus-Neubau am Standort Unterföhring.

– Die Einzahlungen aus dem Verkauf von langfristigen Vermögenswerten beliefen sich im Geschäftsjahr 2021 auf 74 Mio Euro (Vorjahr: 78 Mio Euro) und resultierten insbesondere aus Veräußerungen von Anteilen an ABOUT YOU und FRIDAY Insurance S.A., Berlin („FRIDAY Insurance“).

Aus den beschriebenen Entwicklungen resultierte im abgelaufenen Geschäftsjahr ein kräftiger Anstieg des **Free Cashflow**. Dieser hat sich mehr als verdoppelt und betrug 289 Mio Euro (Vorjahr: 120 Mio Euro).

Der **Cashflow aus Finanzierungstätigkeit** belief sich auf minus 940 Mio Euro (Vorjahr: 205 Mio Euro). Der Finanzierungs-Cashflow der Berichtsperiode ist dabei vor allem durch die vorzeitige Rückzahlung der Anleihe in Höhe von 600 Mio Euro und die Dividendenzahlung in Höhe von 111 Mio Euro geprägt (Vorjahr: 0 Mio Euro). Zudem wirkte sich die anteilige Rückführung des Term Loans in Höhe von 900 Mio Euro aus, die der Aufnahme von Schuldscheindarlehen von insgesamt 700 Mio Euro und ein Anstieg bei den sonstigen Instrumenten um 50 Mio Euro gegenübersteht. Im Vorjahr war die Entwicklung insbesondere durch Einzahlungen des Minderheitsgesellschafters General Atlantic in Höhe von 259 Mio Euro im Zusammenhang mit dem Erwerb der The Meet Group gekennzeichnet.

Die Liquidität des Konzerns ist unverändert gut. So resultiert aus den beschriebenen Zahlungsströmen zwar ein Rückgang der **Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente** zum 31. Dezember 2021 auf 594 Mio Euro (31. Dezember 2020: 1.224 Mio Euro). Der Vorjahreswert beinhaltet jedoch die Mittel aus der zwischenzeitlich zurückgezahlten Anleihe mit einem Volumen von 600 Mio Euro.

→ Wesentliche Ereignisse und Änderungen im Konsolidierungskreis

GRUNDSÄTZE UND ZIELE DES FINANZMANAGEMENTS

Der Holding-Bereich Treasury steuert zentral das konzernweite Finanzmanagement und verfolgt folgende Ziele:

– Sicherung der finanziellen Flexibilität und Stabilität, d. h. Erhaltung und Optimierung der Finanzierungsfähigkeit des Konzerns,
– Sicherung der konzernweiten Zahlungsfähigkeit durch eine gruppenweit effiziente Steuerung der Liquidität,
– Steuerung der finanzwirtschaftlichen Risiken durch den Einsatz von derivativen Finanzinstrumenten.

Das gruppenweite Finanzmanagement umfasst das Kapitalstrukturmanagement bzw. die Konzernfinanzierung, das Cash- und Liquiditätsmanagement, das Management von Marktpreisrisiken sowie von Adress- bzw. Kreditausfallrisiken. Darunter fallen folgende Aufgaben:

– Kapitalstrukturmanagement: Die Steuerung des Verschuldungsgrades nimmt für das Kapitalstrukturmanagement der ProSiebenSat.1 Group einen besonderen Stellenwert ein. Der Konzern berücksichtigt bei der Auswahl geeigneter Finanzierungsinstrumente Faktoren wie Marktaufnahmefähigkeit, Refinanzierungsbedingungen, Flexibilität bzw. Auflagen, Investorendiversifikation und Laufzeit- bzw. Fälligkeitsprofile. Finanzierungsmittel im Konzern werden zentral gesteuert.

– Cash- und Liquiditätsmanagement: Im Rahmen des Cash- und Liquiditätsmanagements optimiert und zentralisiert das Unternehmen Zahlungsströme und stellt die konzernweite Liquidität sicher. Ein wichtiges Instrument ist dabei das Cash-Pooling-Verfahren, wodurch ein Großteil der konzernweiten liquiden Mittel in der ProSiebenSat.1 Media SE zentralisiert wird. Mithilfe einer rollierenden konzernweiten Liquiditätsplanung erfasst bzw. prognostiziert die ProSiebenSat.1 Group die Cashflows aus operativen sowie nicht operativen Geschäften. Hieraus leitet das Unternehmen Liquiditätsüberschüsse oder -bedarfe ab. Liquiditätsbedarfe werden über die bestehenden Cash-Positionen oder die revolvierende Kreditfazilität (RCF) abgedeckt.

– Management von Marktpreisrisiken: Das Management von Marktpreisrisiken umfasst das zentral gesteuerte Zins- und Währungsmanagement. Neben Kassageschäften kommen auch derivative Finanzinstrumente in Form bedingter und unbedingter Termingeschäfte zum Einsatz. Diese Instrumente werden zu Sicherungszwecken eingesetzt und dienen dazu, die Auswirkungen von Zins- und Währungsschwankungen auf das Konzernergebnis und den Cashflow zu begrenzen.

– Management von Adress- bzw. Kreditausfallrisiken: Im Mittelpunkt des Managements von Adress- bzw. Kreditausfallrisiken stehen Handelsbeziehungen und Gläubigerpositionen gegenüber Finanzinstituten. Bei Handelsgeschäften achtet die ProSiebenSat.1 Group auf eine möglichst breite Streuung der Volumina mit Kontrahenten ausreichend guter Bonität. Hierzu werden unter anderem externe Ratings der internationalen Agenturen herangezogen. Risiken gegenüber Finanzinstituten entstehen vor allem durch die Anlage liquider Mittel und den Abschluss von derivativen Finanzinstrumenten im Rahmen des Zins- und Währungsmanagements.

GESAMTAUSSAGE AUS SICHT DER UNTERNEHMENSLEITUNG: RISIKO- UND CHANCENLAGE

Die digitale Entwicklung eröffnet uns für alle Segmente neue Wachstumsmärkte. So wird etwa die Mediennutzung immer vielfältiger, Bewegtbild wird zunehmend unabhängig von Ort und Zeit konsumiert. Um diesen Wandel aktiv zu gestalten und in Wachstumspotenziale zu übersetzen, haben wir im vergangenen Jahr unser gesamtes Entertainment-Portfolio in einem Segment gebündelt und noch enger verzahnt. So können wir unsere Synergien vollumfänglich nutzen und Programme plattformunabhängig produzieren und anbieten sowie Werbekonzepte crossmedial entwickeln. Dabei wollen wir uns durch den verstärkten Fokus auf lokale und Live-Programme von globalen Streaming-Anbietern klar differenzieren. Denn der Trend zur Digitalisierung wird sich in den kommenden Jahren fortsetzen und hat im Zuge der COVID-19-Pandemie in vielen Bereichen wie etwa im Bereich E-Commerce oder Video-Dating nochmals an Dynamik gewonnen. Dies birgt auch Risiken. Ebenso wichtig wie das Erkennen und Nutzen von Chancen ist für unser Unternehmen daher die Identifizierung und Steuerung von potenziellen Risiken. Nach unserer Einschätzung sind jedoch keine Risiken erkennbar, die zu einer maßgeblichen Beeinträchtigung unserer Geschäftsentwicklung führen könnten. Das Gesamtrisiko hat sich nicht verändert. Dies gilt auch für die Chancensituation, die stark von der weiteren makroökonomischen Entwicklung abhängt.

RISIKOBERICHT

PROZESSSTEUERUNG

Die ProSiebenSat.1 Group verfügt über ein umfassendes Risikomanagementsystem, das alle Tätigkeiten, Produkte, Prozesse, Abteilungen, Beteiligungen und Tochtergesellschaften berücksichtigt, die nachteilige Auswirkungen auf die Geschäftsentwicklung unseres Unternehmens haben könnten. Der klassische Risikomanagementprozess ist dabei in vier Phasen strukturiert:

1. Identifikation: Grundlage ist die Identifikation der wesentlichen Risiken über einen Soll-Ist-Vergleich. Verantwortlich hierfür sind die dezentralen Risikomanager:innen. Sie orientieren sich an Frühwarnindikatoren, die für relevante Sachverhalte bzw. Kennzahlen definiert wurden. Ein wichtiger Frühwarnindikator ist beispielsweise die Entwicklung der Zuschauermarktanteile.
→ Unternehmensinternes Steuerungssystem

2. Bewertung: Die Bewertung der relevanten konsolidierten Risiken erfolgt auf Basis einer Matrix. Dazu werden die Sachverhalte zum einen nach ihrer Eintrittswahrscheinlichkeit auf einer Fünf-Stufen-Prozentskala kategorisiert. Zum anderen wird der Grad ihrer möglichen finanziellen Auswirkung beurteilt; die finanziellen Äquivalente gliedern sich ebenfalls in fünf Stufen. Mithilfe der Matrixdarstellung werden die Risikopotenziale nach ihrer relativen Bedeutung als „hoch“, „mittel“ oder „gering“ klassifiziert (Matrixdarstellung, Seite 163). Neben der Klassifizierung ist die Analyse von Ursachen und Wechselwirkungen Teil der Risikobeurteilung. Dabei fließen Maßnahmen zur

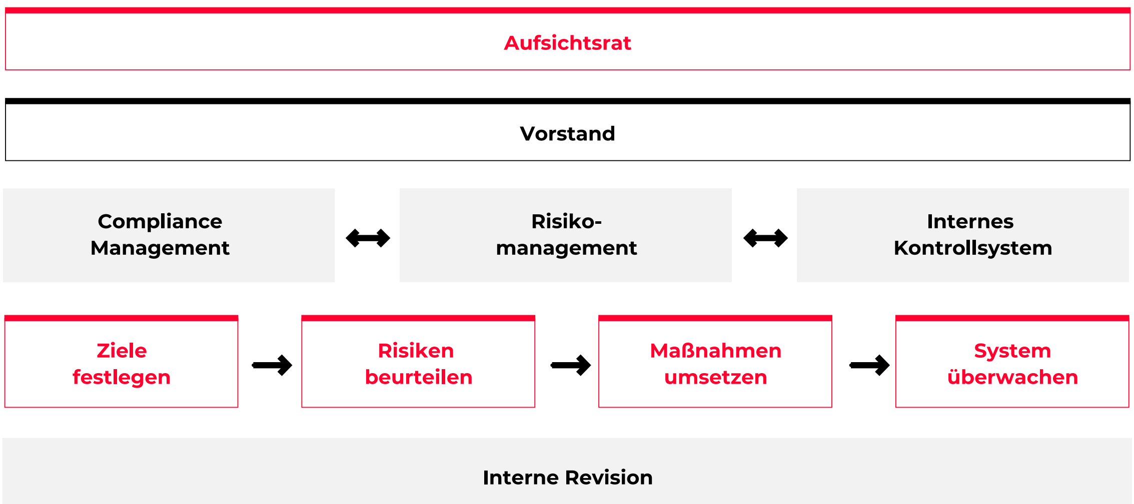
Gegensteuerung bzw. Risikominimierung in die Bewertung ein (Netto-Betrachtung). Um ein möglichst präzises Bild der Risikolage zu erhalten, werden Chancen hingegen nicht berücksichtigt.
→ Chancenbericht

3. Steuerung: Über entsprechende Maßnahmen kann die ProSiebenSat.1 Group die Eintrittswahrscheinlichkeit von Verlustpotenzialen verringern und mögliche Einbußen begrenzen oder vermindern. Von großer Bedeutung für den sicheren Umgang mit Risiken ist daher, adäquate Gegenmaßnahmen zu ergreifen, sobald ein Indikator eine bestimmte Toleranzgrenze überschreitet.

4. Monitoring: Die Risikoüberwachung und Risikoberichterstattung komplettieren den Risikomanagementprozess. Ziel ist es, die Veränderungen zu überwachen und die Effektivität der ergriffenen Steuerungsmaßnahmen zu prüfen. Teil des Monitorings ist auch die Dokumentation; sie stellt sicher, dass alle entscheidungsrelevanten Hierarchieebenen über adäquate Risikoinformationen verfügen.

» **INFORMATION**
Risiko ist im vorliegenden Bericht als mögliche künftige Entwicklung bzw. mögliches künftiges Ereignis definiert, das unsere Geschäftslage wesentlich beeinflussen und zu einer negativen Ziel- bzw. Prognoseabweichung führen könnte. Damit fallen jene Risikoausprägungen, die wir bereits in unserer finanziellen Planung bzw. im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2021 berücksichtigt haben, nicht unter diese Definition und werden folglich in vorliegendem Risikobericht nicht erläutert.

RISIKOMANAGEMENTSYSTEM



Neben einem strukturierten Prozess sind klare Entscheidungsstrukturen, einheitliche Richtlinien und methodisches Vorgehen der verantwortlichen Instanzen Grundvoraussetzungen für den konzernweit sicheren Umgang mit Risiken. Zugleich müssen Abläufe und Organisationsstrukturen so flexibel gestaltet sein, dass die ProSiebenSat.1 Group jederzeit angemessen auf neue Situationen reagieren kann. Daher erfolgt die regelmäßige Klassifikation der Risiken dezentral und somit direkt in den verschiedenen Unternehmenseinheiten, wie nachfolgend beschrieben:

– **Dezentrale Risikomanager:innen:** Die dezentralen Risikomanager:innen erfassen die Risiken aus ihrem jeweiligen Verantwortungsbereich nach der beschriebenen, konzernweit

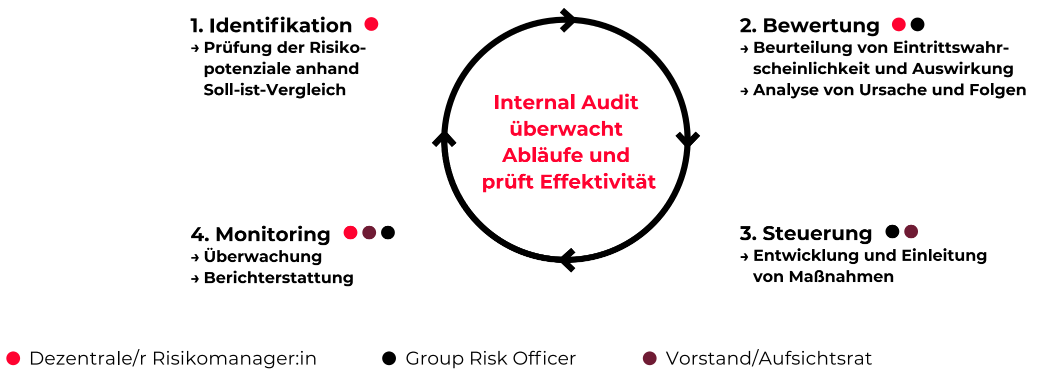
einheitlichen Systematik. Sie dokumentieren ihre Ergebnisse quartalsweise in einer IT-Datenbank.

– **Group Risk Officer:** Der Group Risk Officer berichtet die in der Datenbank gemeldeten Risiken quartalsweise an den Vorstand und den Aufsichtsrat. Kurzfristig auftretende relevante Risiken werden zudem unverzüglich gemeldet. Vorstand bzw. Aufsichtsrat erhalten auf diesem Weg frühzeitig und regelmäßig alle entscheidungsrelevanten Analysen und Daten, um angemessen reagieren zu können.

– Das **Risk Office** unterstützt die verschiedenen Unternehmensbereiche bei der Risikofrüherkennung. Durch Schulungen der dezentralen Risikomanager:innen und eine kontinuierliche Prüfung des Risikokonsolidierungskreises stellt das Ressort die Effektivität und Aktualität des Systems sicher. Darüber hinaus prüft der Bereich Internal Audit regelmäßig die Qualität und Ordnungsmäßigkeit des Risikomanagementsystems. Die Ergebnisse werden direkt an den Finanzvorstand des Konzerns berichtet, danach im Vorstand des Konzerns besprochen und auch dem Aufsichtsrat zur Kenntnis gegeben.

Die regelmäßige Prüfung des Risikomanagementsystems von Internal Audit und externen Beauftragten hat zu einem positiven Ergebnis geführt. Grundlage für die Prüfung ist das sogenannte Risikomanagementhandbuch. Dieses Handbuch fasst unternehmensspezifische Grundsätze zusammen und reflektiert den international anerkannten Standard für unternehmensweites Risikomanagement und interne Kontrollsysteme des COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission).

RISIKOMANAGEMENTPROZESS IM ABLAUF



ENTWICKLUNG DER RISIKEN

Die Gesamtrisikolage der ProSiebenSat.1 Group ist zum 31. Dezember 2021 im Vergleich zum Vorjahr unverändert. Als Folge des Impffortschritts und sinkender Neuinfektionen im Sommer 2021 hat insbesondere der private Konsum in Deutschland von der fortschreitenden Normalisierung der Pandemie-Lage im vergangenen Jahr profitiert. In diesem Zuge ist ebenfalls die Nachfrage nach Werbung im Jahresverlauf rasch und spürbar gestiegen. Durch das Aufkommen bzw. durch die rasante Ausbreitung der hoch ansteckenden Virusvariante Omikron zum Jahresende ist es zwar zu neuen Unsicherheiten in Bezug auf die Pandemie gekommen, allerdings verursacht diese Variante nach derzeitigem Kenntnisstand weniger schwere Verläufe und führt zu geringeren Alltagsbeschränkungen. Gleichzeitig beeinflussen Lieferengpässe und Inflationstendenzen das wirtschaftliche Umfeld in Deutschland. Die Entwicklung in Bezug auf den Russland-/Ukraine-Krieg kann zudem aktuell noch schwer eingeschätzt werden.

Nach unserer Einschätzung sind derzeit keine Risiken erkennbar, die einzeln oder in Wechselwirkung mit anderen Risiken zu einer maßgeblichen bzw. dauerhaften Beeinträchtigung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage führen könnten. Die identifizierten Risiken haben keinen bestandsgefährdenden Charakter, auch nicht in die Zukunft gerichtet.

» **INFORMATION**

Zur Beurteilung der Gesamtrisikolage klassifiziert die ProSiebenSat.1 Group zunächst alle Einzelrisiken im Rahmen des vierteljährlichen Bewertungsprozesses (auf Basis einer fortlaufenden 12-monatigen Betrachtung), aggregiert sie und ordnet sie übergreifenden Risiken zu. Diese Risiken gewichtet die ProSiebenSat.1 Group bei der Bewertung der Gesamtrisikolage entsprechend ihrer Bedeutung für den Konzern. Die Einschätzung der Gesamtrisikosituation ist somit das Ergebnis der konsolidierten Betrachtung der Hauptrisikokategorien des Konzerns und seiner drei Segmente Entertainment, Dating & Video sowie Commerce & Ventures. Zur Identifikation bestandsgefährdender Risiken wird diese Einschätzung durch die im Rahmen der langfristigen Unternehmensplanung bewerteten Risiken ergänzt. Die ProSiebenSat.1 Group unterteilt die Risiken auf Segment- und Konzernebene in die Kategorien Operative Risiken, Finanzwirtschaftliche Risiken, Compliance-Risiken, Strategische Risiken und Nichtfinanzielle Risiken.

Wir überwachen fortlaufend und systematisch alle im Rahmen des Risikomanagementprozesses erfassten Risiken. Dies sind nicht notwendigerweise die einzigen Risiken, denen der Konzern ausgesetzt ist. Weitere Risiken, die unsere Geschäftstätigkeit beeinflussen könnten, sind uns derzeit jedoch nicht bekannt oder wir betrachten sie im Kontext dieses Berichts als nicht relevant. Risiken mit einer geringen Bedeutung werden hier nicht berichtet; Eventualverbindlichkeiten aus möglichen Compliance-Risiken sind im Konzern-Anhang dargestellt:

→ Konzern-Anhang, Ziffer 31 „Eventualverbindlichkeiten“

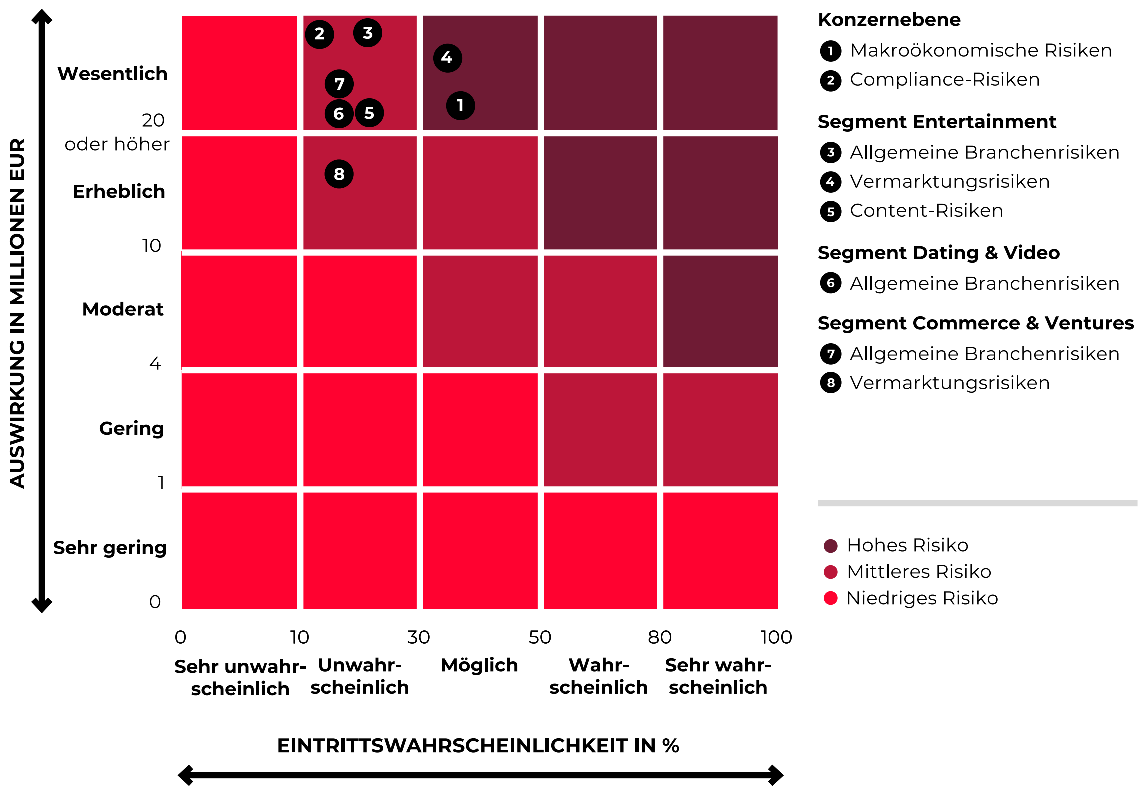
» **INFORMATION**

Im vorliegenden Geschäftsbericht werden die relevanten Risiken mit potenziell erheblicher oder wesentlicher Auswirkung dargestellt; über Risiken mit potenziell sehr geringer, geringer oder moderater Auswirkung berichten wir hier nicht. Über Risiken mit einer insgesamt geringen Bedeutung wird hier nicht berichtet. Sollte sich ein Risiko mit derzeit sehr geringer, geringer oder moderater potenzieller Auswirkung jedoch zu einem Risiko mit potenziell erheblicher oder wesentlicher Auswirkung entwickeln, werden wir diese Veränderung in unseren künftigen Risikoberichten berücksichtigen. Wenn im Umkehrschluss Risiken, die derzeit mit erheblicher oder wesentlicher Auswirkung eingestuft werden, auf eine sehr geringe, geringe oder moderate Auswirkung herabgestuft werden, werden solche Risiken in diesem Bericht nicht detailliert beschrieben – mit Ausnahme der Veränderung gegenüber der im Geschäftsbericht 2020 veröffentlichten Risikosituation selbst. Wenn sich analog dazu ein Risiko mit einer insgesamt geringen Bedeutung zu einem Risiko mit einer insgesamt mittleren oder insgesamt hohen Bedeutung entwickelt, würde ein solches Risiko in unseren künftigen Risikoberichten berücksichtigt werden, sobald die Auswirkung des Risikos als erheblich oder wesentlich eingeschätzt wird. Entwickelt sich dagegen ein Risiko mit einer insgesamt hohen oder mittleren Bedeutung zu einem Risiko mit einer insgesamt niedrigen Bedeutung, so würde dieses Risiko unabhängig von dem Auswirkungsgrad nicht detailliert beschrieben werden – mit Ausnahme der Veränderung gegenüber der im Geschäftsbericht 2020 veröffentlichten Risikosituation selbst. Die Auswertung der Eintrittswahrscheinlichkeit und der Risikoauswirkung sowie die allgemeinen Konzernschwellenwerte sind im Vergleich zur Vorperiode unverändert geblieben.

ÜBERBLICK DER RELEVANTEN RISIKEN

	Kategorie	Risiken	Veränderung zum 31.12.2021 ggü. Vorjahr	Auswirkungs-grad	Eintritts-wahrscheinlichkeit	Risiko-bedeutung
Konzernebene	Operative Risiken	Makroökonomische Risiken	Unverändert	Wesentlich	Möglich	Hoch
		Wertminderungs-risiken	Gesunken	Erheblich	Sehr unwahrscheinlich	Gering
	Compliance-Risiken	Compliance-Risiken	Unverändert	Wesentlich	Unwahrscheinlich	Mittel
Segment Entertainment	Operative Risiken	Allgemeine Branchenrisiken	Unverändert	Wesentlich	Unwahrscheinlich	Mittel
		Vermarktungs-risiken	Unverändert	Wesentlich	Möglich	Hoch
		Content-Risiken	Unverändert	Wesentlich	Unwahrscheinlich	Mittel
Segment Dating & Video	Operative Risiken	Allgemeine Branchenrisiken	Unverändert	Wesentlich	Unwahrscheinlich	Mittel
Segment Commerce & Ventures	Operative Risiken	Allgemeine Branchenrisiken	Unverändert	Wesentlich	Unwahrscheinlich	Mittel
		Vermarktungs-risiken	Unverändert	Erheblich	Unwahrscheinlich	Mittel

RISIKOMATRIX



Grafik ist nicht maßstabsgetreu dargestellt. Im vorliegenden Geschäftsbericht werden die relevanten Risiken mit potenziell erheblicher oder wesentlicher Auswirkung dargestellt; über Risiken mit potenziell sehr geringer, geringer oder moderater Auswirkung berichten wir hier nicht.

KONZERNEBENE

Operative Risiken

Makroökonomische Risiken: Die Weltwirtschaft war 2021 das zweite Jahr in Folge maßgeblich durch die Ausbreitung des Coronavirus und seiner Virusvarianten bestimmt. Dabei erholte sich die Konjunktur weltweit insgesamt aber spürbar: Der Internationale Währungsfonds (IWF) rechnet für das abgelaufene Jahr 2021 mit einem Wachstum der Weltwirtschaft von 5,9 Prozent, nachdem diese infolge der COVID-19-Pandemie im Jahr 2020 um real minus 3,1 Prozent eingebrochen war.

Die deutsche Wirtschaft konnte sich 2021 erholen, erreichte aber noch nicht das Vorkrisenniveau von 2019. Aufgrund ihres starken Industriesektors ist die hiesige Wirtschaft in besonderem Maße von Lieferproblemen und Preiserhöhungen geprägt, die die rasche globale Konjunkturerholung sowie die entsprechend hohe Nachfrage nach Rohstoffen und Vorprodukten im abgelaufenen Jahr verursacht haben. Der private Konsum blieb auf Vorjahresniveau. Zwar legte er – nach schwachem Jahresbeginn – in den beiden Sommerquartalen kräftig zu, wurde allerdings im vierten Quartal durch wieder steigende Infektionszahlen und einhergehende Beschränkungen erneut gebremst. Zusätzlich schmälerte die steigende Inflationsrate zum Jahresende den Konsumspielraum der privaten Haushalte.

Dennoch ist zu erwarten, dass die deutsche Wirtschaft nach dem Winterhalbjahr 2021/22 auf den Wachstumspfad zurückkehren wird. Dafür sprechen die weiterhin dynamische Weltkonjunktur, der immer noch hohe Auftragsbestand in der Industrie sowie die solide Finanzlage der privaten Haushalte mit entsprechend großem Konsumpotenzial. Die Bundesregierung rechnet für 2022 derzeit mit einem gesamtwirtschaftlichen Wachstum von real plus 3,6 Prozent. Prognosen sind per se mit Unsicherheiten behaftet, derzeit sind sie jedoch besonders hoch: So könnte sich die Konjunkturerholung einerseits weiter verzögern, andererseits aber auch deutlich dynamischer erfolgen. Ausschlaggebend hierfür bleibt insbesondere der weitere Verlauf und die Intensität der Pandemie mit ihren Virusvarianten. Vor diesem Hintergrund erachten wir die makroökonomischen Risiken im Vergleich zum Vorjahr als unverändert. Den Eintritt stufen wir wie im Vorjahr als möglich ein, während im Falle des Eintritts weiterhin wesentliche finanzielle Auswirkungen folglich nicht vollständig ausgeschlossen werden können. Insgesamt stufen wir diesen Sachverhalt weiterhin als hoch ein.

→ Entwicklung von Konjunktur und Werbemarkt → Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen

Wertminderungsrisiken: Das Risiko von Wertminderungen immaterieller Vermögenswerte ist unter anderem aufgrund der im Verlauf des Jahres 2021 verbesserten pandemischen Lage in seiner Bewertung auf Konzernebene gesunken. Den Eintritt schätzen wir fortan als sehr unwahrscheinlich (Vorjahr: unwahrscheinlich) und die Auswirkung als erheblich ein (Vorjahr: wesentlich). Somit stufen wir das Risiko als insgesamt gering ein (Vorjahr: mittel). Dementsprechend wird dieses Risiko nicht mehr detailliert in diesem Bericht aufgeführt.

Compliance-Risiken

Allgemeine Compliance-Risiken (inkl. gesetzliche Berichtspflichten, Kartellrecht, Gerichtsverfahren): Die digitale Entwicklung stellt den Gesetzgeber vor neue Herausforderungen und konfrontiert Unternehmen mit einer zunehmenden Regulierungsdichte, insbesondere in den Bereichen Verbraucher- und Datenschutz. Die daraus resultierende Risikobedeutung hat sich im Vergleich zum Vorjahr für uns nicht verändert: Wir bewerten Compliance-Risken weiterhin als mittleres Risiko mit potenziell wesentlicher Auswirkung und unwahrscheinlichem Eintritt. Zur Prävention möglicher gesetzlicher Verstöße beobachten wir die Rechtsentwicklungen genau, um auf Veränderungen angemessen zu reagieren. Gemeinsam mit Politik und Industrie will der Konzern die Chancen der Digitalisierung fördern, um somit den Wirtschafts- und Innovationsstandort Deutschland langfristig zu stärken. Dabei stehen aktuell folgende Themen im Fokus:

Die Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) hat die rechtlichen Vorgaben zur Verarbeitung personenbezogener Daten in der Europäischen Union harmonisiert. Die daraus resultierenden Rechte und Pflichten im Bereich Online-Werbung sind jedoch nach wie vor nicht vollumfänglich abzuschätzen; dies gilt insbesondere hinsichtlich der Vorgaben zur Verarbeitung von Daten für zielgruppenspezifische Werbung im Internet. Die Online-Werbewirtschaft hat daher verschiedene Initiativen gegründet, wie das Transparency & Consent Framework in seiner aktuellen Version 2.0 (TCF 2.0), das die datenschutzrechtlich notwendige Abfrage von Einwilligungen bei den Nutzer:innen ermöglicht. Hier ist noch nicht geklärt, ob und in welchem Umfang die zuständige belgische Datenschutzaufsichts-Behörde den TCF-Mechanismus beanstandet und welche Nachbesserungspflichten sie ggf. anordnet. Ein Scheitern des TCF könnte das werbefinanzierte Geschäftsmodell der ProSiebenSat.1 Group schädigen, da dadurch deutlich erschwert würde, die für Werbeausspielungen nötigen Einwilligungen einzuholen. Wir erwarten ferner weitere gesetzgeberische Maßnahmen zur Einwilligungserfordernis für Cookies und andere Online-Identifier in Deutschland; zudem könnte ein Gesetzesentwurf für ein Telekommunikations- und Teledienste-Datenschutzgesetz die für die Online-Werbeindustrie zentrale Wiedererkennung der Nutzer:innen weiter einschränken. Die Europäische Kommission hat infolge des Schrems II-Urteils neue Standardvertragsklauseln (SCCs) für Datentransfers in unsichere Drittstaaten (insb. USA) verabschiedet, für deren Abschluss die Parteien ergänzende Schutzmaßnahmen definieren bzw. implementieren müssen. Finden sich keine adäquaten ergänzenden Schutzmaßnahmen, muss auf einen weniger geeigneten Anbieter innerhalb des Europäischen Wirtschaftsraums zurückgegriffen werden. Unabhängig davon sind der/die jeweilige Betreiber:in eines Online-Angebots und in das Online-Angebot eingebundene Daten verarbeitende Dritte gemeinsam verantwortlich i.S.d. Art. 26 DSGVO. Dies bringt das Erfordernis mit sich, dass der/die jeweilige Betreiber:in des Online-Angebots mit einer Vielzahl von eingebundenen Dritten Vereinbarungen über gemeinsame Datenverarbeitung (Joint Controller Arrangements – JCAs) abschließen muss, um den Anforderungen der DSGVO zu entsprechen.

Das im Juni 2021 verabschiedete Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz wird am 1. Januar 2023 in Kraft treten. Es wird die Gesellschaften der ProSiebenSat.1 Group verpflichten, bestimmte, angemessene Maßnahmen zur Absicherung gegen bestimmte menschenrechtliche und umweltrechtliche Risiken im eigenen Geschäftsbereich sowie hinsichtlich ihrer unmittelbaren und mittelbaren Geschäftspartner:innen zu implementieren. Die Verletzung der sich daraus ergebenden Pflichten kann signifikante negative Haftungs- und Rechtsfolgen sowie Bußgelder nach sich ziehen.

Verschiedene Gesetzgebungsvorhaben auf europäischer und nationaler Ebene zielen darauf ab, die Verbraucherrechte weiter zu stärken. Mit Inkrafttreten der nationalen Umsetzung des EU-Richtlinienpakets zu digitalen Inhalten und Dienstleistungen bzw. für den Warenkauf am 1. Januar 2022 werden die Rechte der Verbraucher:innen insbesondere bei der Gewährleistung von digitalen Inhalten, digitalen Dienstleistungen und beim Warenkauf gestärkt. Des Weiteren sieht die EU-Omnibus-Richtlinie als Teil des „New Deal for Consumers“ u.a. Änderungen am Widerrufsrecht, neue Transparenzregelungen für Online-Marktplätze sowie eine Novellierung der Preisangabenverordnung vor. Diese Regelungen treten auf nationaler Ebene am 28. Mai 2022 in Kraft. Bei bestimmten Verstößen können Bußgelder von bis zu vier Prozent des Jahresumsatzes eines Anbieters verhängt werden. Ein weiterer Bestandteil des "New Deal for Consumers"-Pakets ist die EU-Verbandsklage-Richtlinie, die am 24. Dezember 2020 verabschiedet wurde, binnen zwei Jahren in nationales Recht umzusetzen und sodann sechs Monate später in Kraft treten wird. Bei bestimmten Verstößen gegen EU-Recht, z.B. im Bereich des allgemeinen Verbraucherrechts oder im Datenschutz, sollen sog. qualifizierte Einrichtungen künftig im Namen von Verbraucher:innen neben Unterlassungsansprüchen auch Ansprüche auf Schadenersatz, Nachbesserung oder Vertragsauflösung vor den nationalen Gerichten geltend machen können. Bereits verabschiedet wurde zudem das „Gesetz für faire Verbraucherverträge“, das u.a. eine stärkere Regulierung von Verträgen mit längeren Laufzeiten einschließlich einer erleichterten Kündigungsmöglichkeit für Verbraucher:innen über einen Online-Kündigungsbutton vorsieht. Die Regelungen treten gestaffelt zum 1. März 2022 bzw. zum 1. Juli 2022 in Kraft und betreffen den Konzern in Teilen seiner Segmente (Commerce & Ventures und Dating & Video).

Die Dynamik digitaler Märkte bringt notwendige Anpassungen des nationalen und europäischen Kartellrechts mit sich. Unternehmen mit überragender marktübergreifender Bedeutung für den Wettbewerb stehen mit der Einführung des GWB-Digitalisierungsgesetzes unter verschärfter Missbrauchsaufsicht. Auf europäischer Ebene wurde eine Ex-ante-Regulierung digitaler Plattformen sowie die zentralisierte Durchsetzung des neuen Ordnungsrahmens auf den Weg gebracht. Dies sind entscheidende Schritte, um gleiche Wettbewerbsbedingungen in digitalen Märkten zu schaffen und künftig rechtzeitig gegen Wettbewerbsverzerrungen im Umfeld digitaler Ökosysteme vorzugehen.

Schließlich ist auch die Reformierung des Urhebervertragsrechts von Relevanz. Die neuen gesetzlichen Regelungen enthalten unbestimmte Rechtsbegriffe und einige weitere, unklare Formulierungen, bezüglich derer erst durch die Rechtsprechung und Branchenübung in den nächsten Jahren mehr Rechtssicherheit erreicht werden kann. Derzeit sind die Auswirkungen auf die ProSiebenSat.1 Group daher noch nicht final absehbar.

SEGMENT ENTERTAINMENT

Operative Risiken

Allgemeine Branchenrisiken (inkl. Mediennutzungsverhalten und Reichweitenentwicklung): Fernsehen ist nach wie vor das wichtigste Breitenmedium, dies gilt sowohl mit Blick auf die Reichweite als auch die Mediennutzungszeit. Die steigende Internetnutzung hat das Mediennutzungsverhalten jedoch nachhaltig verändert. Schon seit Langem werden beispielsweise TV-Inhalte nicht nur live am stationären TV-Gerät genutzt, sondern auch on-demand und über mobile Endgeräte wie Laptop oder Smartphone. Generell zeigen die online verfügbaren Bewegtbildangebote wie beispielsweise Streaming-Plattformen eine ungebrochen hohe Akzeptanz bei den Nutzer:innen. Darauf haben wir unsere Strategie ausgerichtet und bauen unser Portfolio stetig aus.

Indem der Konzern Inhalte über möglichst viele Kanäle verbreitet und plattformunabhängig anbietet, bedienen wir zusätzliche Mediennutzungsinteressen. Auf diese Weise baut ProSiebenSat.1 die digitale Reichweite aus und stärkt zugleich das Markenprofil unseres klassischen Senderportfolios. Gleichzeitig fokussieren wir uns mit unseren Eigenproduktionen vor allem auf die werberelevante Prime Time. Vor diesem Hintergrund erachten wir die Risiken aus einer Veränderung der Bewegtbildnutzung als unverändert im Vergleich zum Vorjahr und sehen deren Eintritt als unwahrscheinlich an. Im Falle einer grundlegenden Veränderung können wir wie im Vorjahr wesentliche finanzielle Auswirkungen jedoch nicht vollständig ausschließen. Insgesamt stufen wir diesen Sachverhalt als mittleres Risiko ein.
→ Rahmenbedingungen des Konzerns

Vermarktungsrisiken: Der Wettbewerb mit globalen Plattformanbietern ist intensiv. Dies birgt für die ProSiebenSat.1 Group das Risiko, dass sich die Investitionsbereitschaft von Werbekund:innen verringert bzw. das Preisniveau von Werbung im TV sinkt. Wesentliche Auswirkungen auf unsere Umsatzentwicklung im TV-Werbemarkt können wir nicht ausschließen, obgleich wir eine digitale und plattformübergreifende Entertainment-Strategie verfolgen.

Diese Entwicklung haben wir bei der Finanzplanung gegenüber dem Vorjahr berücksichtigt, wobei sich die Risikobewertung insgesamt nicht verändert hat: Die Eintrittswahrscheinlichkeit der Vermarktungsrisiken liegt durch die anhaltende Unsicherheit über die weitere Entwicklung des wirtschaftlichen Umfelds im Rahmen der COVID-19-Pandemie wie im Vorjahr weiterhin bei möglich mit einer weiterhin wesentlichen Auswirkung, sodass wir das Vermarktungsrisiko insgesamt weiterhin als hoch bewerten.
→ Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen

Content-Risiken: Der nationale und internationale Produktionsmarkt hat sich im Jahr 2021 im Vergleich zum Vorjahr stark erholt und positiv entwickelt. Auch künftig gehen wir von einer starken Nachfrage nach qualitativ hochwertigem Content und einem entsprechend guten Marktumfeld für die Produktionsunternehmen der ProSiebenSat.1 Group aus.

Dennoch ist das Produktionsgeschäft weiterhin von der COVID-19-Pandemie betroffen: Viele Produktionen waren mit Hindernissen wie Schließungen von Drehorten, logistischen Herausforderungen, umfangreichen Hygieneprozessen und sozialer Distanzierung konfrontiert. Die Produktionsunternehmen konnten ihre Prozesse hieran jedoch schnell sowie effizient anpassen und somit die produktionsbezogenen COVID-19-Risiken weitgehend kontrollieren. Mit diesen etablierten Prozessen sind die Unternehmen für den weiteren Verlauf der Pandemie gut aufgestellt, wobei auch 2022 Auswirkungen der Pandemie auf das Produktionsgeschäft nicht vollständig auszuschließen sind. Infolgedessen sind die Content-Risiken in ihrer Bewertung im Vergleich zum Vorjahresende 2020 (verglichen mit dem Risiko: Risiken der Programmproduktion (national und international)) unverändert: Wir stufen das Risiko weiterhin als mittel mit einer potenziell wesentlichen Auswirkung ein. Den Eintritt erachten wir dabei nach wie vor als unwahrscheinlich.

» **INFORMATION**
Risiken der nationalen und internationalen Programmproduktion, Risiken bezüglich der Wertminderungen des Programmvermögens sowie allgemein jegliche Risiken mit Bezug auf Content werden seit dem Jahr 2021 fortlaufend in dem neuen Risiko „Content-Risiken“ zusammengefasst.

SEGMENT DATING & VIDEO

Operative Risiken

Allgemeine Branchenrisiken: Der Markt für Dating und Live-Video-Formate hat in nur wenigen Jahren eine hohe Verbraucherakzeptanz erreicht. Regulatorische Änderungen und Eingriffe auf nationaler und internationaler Ebene können dabei jedoch zu Risiken für unsere etablierten Geschäftsmodelle im Segment Dating & Video führen. So können diese insbesondere Einschränkungen in der freien Produkt- und Preisgestaltung ergeben, die wiederum die Entwicklung des Umsatzes und des Ergebnisses auch aus Gründen von Haftungsrisiken mittel bis langfristig negativ beeinflussen können.

Weiterhin wird der Wettbewerb sehr intensiv geführt. So besteht die Gefahr, dass sich die Konsumentennachfrage durch neue Marktteilnehmer:innen und Technologien sehr rasch ändert. Zusätzlich bergen die digitalen Geschäftsmodelle des Segments das Risiko einer Abhängigkeit von Drittanbietern, z.B. bei der Zahlungsabwicklung, der Bereitstellung von Videodiensten oder der Einhaltung von Vorgaben hinsichtlich personalisierter Werbung auf mobilen Endgeräten. Änderungen in diesen Geschäftsbeziehungen können sich dabei ähnlich negativ auf den Umsatz oder die Kosten auswirken wie eine Zunahme an einschränkenden rechtlichen Vorgaben für diese neuen wie auch für die bestehenden Technologien.

Wir beobachten diese Entwicklungen regelmäßig, um frühzeitig negative Veränderungen abzuschätzen und Gegenmaßnahmen einleiten zu können. Für den Fall, dass sich regulatorische Änderungen andeuten, wird proaktiv an alternativen Angeboten gearbeitet, um potenziell negativen Auswirkungen bei Eintritt der Risiken entgegenzuwirken. Durch die stetige Weiterentwicklung des digitalen Produktangebots wird zudem ein nachhaltiger Wettbewerbsvorteil im Markt angestrebt. Vor dem Hintergrund dieser Maßnahmen gepaart mit der Entwicklung des Dating- und Live-Video-Marktes stufen wir die allgemeinen Branchenrisiken

insgesamt wie im Vorjahr als mittel mit unwahrscheinlichem Eintritt ein. Falls entscheidende Änderungen auftreten sollten, wäre die Auswirkung weiterhin wesentlich.

SEGMENT COMMERCE & VENTURES

Operative Risiken

Allgemeine Branchenrisiken: Seit dem vierten Quartal 2021 zeichnet sich im Segment Commerce & Ventures eine Zurückhaltung in der Konsumentennachfrage ab. Nach unserer Einschätzung ist diese Entwicklung die Folge der Turbulenzen an den internationalen Energiemärkten und einem spürbaren Anstieg der Inflation sowie einer andauernden pandemischen Lage.

Insbesondere die fortwährende Unsicherheit über den weiteren Pandemieverlauf bzw. den genauen Zeitpunkt der Normalisierung und damit eine nachhaltige Erholung der allgemeinen Konjunkturlage hat potenziell negative Auswirkungen auf die wirtschaftliche Lage unserer Geschäfts- und Kooperationspartner:innen im Segment Commerce & Ventures. Die verschiedenen für uns relevanten Branchen entwickeln sich zwar unterschiedlich, wir bewerten die allgemeinen Branchenrisiken für das Segment Commerce & Ventures wie im Vorjahr insgesamt dennoch als mittleres Risiko mit potenziell wesentlicher Auswirkung und unwahrscheinlichem Eintritt.

Vermarktungsrisiken: Durch eine verstärkte Aktivität von Wettbewerber:innen könnten die Vertriebskosten in Zusammenhang mit Kundenakquisitionen im Segment Commerce & Ventures steigen. Um diese Risiken zu begrenzen, arbeiten die Unternehmen des Segments an einer noch engeren Kommunikation mit den Kund:innen und erweitern das Angebotsportfolio bspw. durch Apps oder durch geschützte Portale, die Kund:innen einen Mehrwert bieten wie etwa individuelle, zusätzliche Informationen. Wir stufen die resultierenden Vertriebsrisiken insgesamt weiterhin als mittleres Risiko ein mit einer potenziell erheblichen Auswirkung und einem unwahrscheinlichen Eintritt.

ANGABEN ZUM INTERNEN KONTROLL- UND RISIKOMANAGEMENTSYSTEM IM HINBLICK AUF DEN (KONZERN-)RECHNUNGSLEGUNGSPROZESS MIT ERLÄUTERUNGEN

Das interne Kontroll- und Risikomanagementsystem im Hinblick auf den (Konzern-) Rechnungslegungsprozess soll sicherstellen, dass Geschäftsvorfälle im Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE (aufgestellt in Übereinstimmung mit den am Abschlussstichtag gültigen International Financial Reporting Standards („IFRS“), wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind, und den nach § 315e Abs. 1 HGB ergänzend zu beachtenden handelsrechtlichen Vorschriften) bilanziell richtig abgebildet und die Vermögenswerte und Schulden damit hinsichtlich Ansatz, Bewertung und Ausweis zutreffend erfasst sind. Die konzernweite Einhaltung gesetzlicher und unternehmensinterner Vorschriften ist Voraussetzung hierfür. Umfang und Ausrichtung der implementierten Systeme wurden vom Vorstand anhand der für die ProSiebenSat.1 Group spezifischen Anforderungen ausgestaltet. Diese werden regelmäßig überprüft und gegebenenfalls aktualisiert. Trotz angemessener und funktionsfähiger Systeme kann eine absolute Sicherheit zur vollständigen Identifizierung und Steuerung der Risiken nicht gewährleistet werden. Die unternehmensspezifischen Grundsätze und Verfahren zur Sicherung der Wirksamkeit und Ordnungsmäßigkeit der (Konzern-) Rechnungslegung werden im Folgenden erläutert.

ZIELE DES RISIKOMANAGEMENTSYSTEMS IN BEZUG AUF RECHNUNGSLEGUNGSPROZESSE
Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE versteht das interne Kontrollsystem im Hinblick auf den Rechnungslegungsprozess als Teilbereich des konzernweiten Risikomanagementsystems. Durch die Implementierung von Kontrollen soll hinreichende Sicherheit erlangt werden, dass trotz der identifizierten Bilanzierungs-, Bewertungs- und Ausweisrisiken ein regelungskonformer (Konzern-) Abschluss erstellt wird. Die wesentlichen Ziele eines Risikomanagementsystems in Bezug auf die (Konzern-) Rechnungslegungsprozesse sind:

– Identifizierung von Risiken, die das Ziel der Regelungskonformität des (Konzern-) Abschlusses und des (Konzern-) Lageberichts gefährden könnten.
– Begrenzung bereits erkannter Risiken durch Identifikation und Umsetzung angemessener Maßnahmen.
– Überprüfung erkannter Risiken hinsichtlich eines möglichen Einflusses auf den (Konzern-) Abschluss und die entsprechende Berücksichtigung dieser Risiken.

Des Weiteren unterliegen unsere Prozessbeschreibungen sowie unsere Risikokontrollmatrizen einer jährlichen Überprüfung. Hierdurch wird die Aktualität der Beschreibung sichergestellt und damit auch die Etablierung kontinuierlich wirksamer Kontrollmechanismen erreicht. Die Ergebnisse dieser Überprüfungen sowie die Ergebnisse regelmäßiger Kontrolltests werden im Rahmen von Aktualisierungen integraler Bestandteil des internen Kontroll- und Risikomanagementsystems im Hinblick auf den (Konzern-) Rechnungslegungsprozess. Basierend auf den Testergebnissen erfolgt eine Einschätzung, ob die Kontrollen angemessen ausgestaltet und wirksam sind. Erkannte Kontrollschwächen werden unter Beachtung ihrer potenziellen Auswirkungen behoben.

AUFBAUORGANISATION
– Die in den Konzern einbezogenen Abschlüsse der Einzelgesellschaften werden unter Zuhilfenahme von Standardsoftware erstellt.
– Die Konsolidierung der Meldedaten zum Konzernabschluss erfolgt mithilfe einer stabilen, marktüblichen Standardsoftware.
– Die Abschlüsse der Einzelgesellschaften werden nach lokalen Rechnungslegungsvorschriften, die Meldedaten nach dem auf IFRS basierten Bilanzierungshandbuch aufgestellt, das allen in den Rechnungslegungsprozess eingebundenen Mitarbeiter:innen verfügbar gemacht wird. Die in den Konzernabschluss einbezogenen Einzelgesellschaften übermitteln ihre Meldedaten in einem vorgegebenen Format an die Abteilung „Group Accounting & Reporting".
– Die eingesetzten Finanzsysteme sind durch entsprechende Zugangs- und Zugriffskontrollen (Berechtigungskonzepte) geschützt.
– Es existiert für die Zwecke des Konzernabschlusses ein einheitlicher Kontenplan, nach dem die betreffenden Geschäftsvorfälle zu buchen sind.
– Die Ermittlung bestimmter rechnungslegungsrelevanter Sachverhalte (z.B. Gutachten zur Pensionsrückstellung) wird unter Mitwirkung externer Expert:innen vorgenommen.
– Die wesentlichen Funktionen im Rechnungslegungsprozess – Accounting, Taxes, Controlling sowie Treasury – sind klar getrennt. Die Verantwortungsbereiche sind eindeutig zugeordnet.
– Die am Rechnungslegungsprozess beteiligten Abteilungen und Bereiche werden in quantitativer und qualitativer Hinsicht angemessen ausgestattet. Es finden regelmäßig fachliche Schulungen statt, um eine Abschlusserstellung auf verlässlichem Niveau zu gewährleisten.
– Ein angemessenes Richtlinienwesen (z.B. auf IFRS basierendes Bilanzierungshandbuch, Verrechnungspreisrichtlinie, Einkaufsrichtlinie, Reisekostenrichtlinie etc.) ist eingerichtet und wird bei Bedarf aktualisiert. Die Wirksamkeit des internen Kontrollsystems in Bezug auf die rechnungslegungsrelevanten Prozesse wird (in Stichproben) durch den prozessunabhängigen Bereich Internal Audit überprüft.
ABLAUFORGANISATION
– Für die Planung, Überwachung und Optimierung des Prozesses zur Erstellung des Konzernabschlusses erfolgt der Einsatz von Tools, die unter anderem einen detaillierten Abschlusskalender sowie alle wichtigen Aktivitäten, Meilensteine und Verantwortlichkeiten beinhalten. Allen Aktivitäten und Meilensteinen sind konkrete Zeitvorgaben zugeordnet. Die Einhaltung der Berichtspflichten und -fristen wird zentral durch das Konzernrechnungswesen überwacht.
– Bei allen rechnungslegungsbezogenen Prozessen werden Kontrollen wie Funktionstrennung, Vier-Augen-Prinzip, Genehmigungs- und Freigabeverfahren sowie Plausibilisierungen vorgenommen.
– Es besteht eine klare Zuordnung der Aufgaben bei der Erstellung des Konzernabschlusses (z.B. Abstimmung konzerninterner Salden, Kapitalkonsolidierung, Überwachung der Berichtsfristen und Berichtsqualität in Bezug auf die Daten der einbezogenen Unternehmen etc.). Für spezielle fachliche Fragestellungen und komplexe Bilanzierungssachverhalte fungiert die Abteilung „Group Accounting & Reporting" als zentraler Ansprechpartner.
– Alle wesentlichen in den Konzernabschluss einbezogenen Informationen werden umfangreichen systemtechnischen Validierungen unterzogen, um die Vollständigkeit und Verlässlichkeit der Daten zu gewährleisten.
– Risiken, die sich auf den (Konzern-) Rechnungslegungsprozess beziehen, werden kontinuierlich im Rahmen des im Risikobericht beschriebenen Risikomanagementprozesses erfasst und überwacht.

CHANCENBERICHT

CHANCENMANAGEMENT

Unser Ziel ist es, Chancen möglichst frühzeitig zu erkennen und durch geeignete Maßnahmen zu nutzen: Dazu erfasst ProSiebenSat.1 die als relevant definierten Wachstumsoptionen im Rahmen der Strategieplanung. Dabei werden die einzelnen Wachstumsoptionen priorisiert, konkrete Ziele abgeleitet sowie Maßnahmen und Ressourcen zur operativen Zielerreichung festgelegt.
→ Strategie und Steuerungssystem

Unser Chancenmanagement ist Bestandteil des unternehmensinternen Steuerungssystems. Organisatorisch erfolgt das Management von Chancen dezentral in den Geschäftsbereichen. Dieser Prozess wird von der Abteilung „Group Strategy“ unterstützt und koordiniert: Die Abteilung steht in engem Kontakt mit den einzelnen operativen Einheiten und erhält so einen detaillierten Einblick in die Geschäftssituation. Zudem dienen Markt- und Wettbewerbsanalysen sowie der Erfahrungsaustausch mit externen Expert:innen als wichtige Quellen, um Wachstumsmöglichkeiten für die ProSiebenSat.1 Group zu identifizieren.

» **INFORMATION**
Chancen, deren Eintrittswahrscheinlichkeit wir als hoch einstufen, haben wir bereits in unsere Prognose für 2022 sowie unsere mittelfristige Planung bis 2026 aufgenommen. Diese Wachstumsmöglichkeiten berichten wir im Unternehmensausblick. Daneben existieren Potenziale, die bislang nicht bzw. nicht vollumfänglich budgetiert sind; diese möglichen positiven Budgetabweichungen beschreiben wir nachfolgend, sofern sie für den Planungszeitraum bis 2026 relevant und wesentlich sind.

CHANCENMANAGEMENT



Synergien durch Vernetzung von Geschäftsfeldern. Aus der Vernetzung unserer Segmente und Geschäftsfelder ergeben sich vielfältige und wechselseitige Synergien. Dies ist ein wichtiger Wettbewerbsvorteil. Die ProSiebenSat.1 Group berichtet in den drei Segmenten Entertainment, Dating & Video (vormals: Dating) sowie Commerce & Ventures und setzt damit die konsequente

Fokussierung des Konzerns auf Synergien und Wertschaffung fort. In diesem Zusammenhang wurden zu Beginn des Geschäftsjahres 2021 das Produktions- und Vertriebsgeschäft der Red Arrow Studios sowie die Digital Media & Entertainment-Company Studio71 in das Segment Entertainment integriert. Damit trägt ProSiebenSat.1 der strategischen Nähe der beiden Geschäfte Rechnung, da sich die Red Arrow Studios insbesondere darauf konzentrieren, vermehrt Inhalte für die Entertainment-Plattformen des Konzerns zu produzieren. Der Fokus auf lokale und Live-Inhalte differenziert uns von multinationalen Streaming-Anbietern und stellt so einen zunehmend wichtigen Wettbewerbsfaktor dar.

Zum Segment Commerce & Ventures zählen der Investitionsarm SevenVentures, das Portfolio des Investitionsvehikels SevenGrowth sowie die Unternehmen der NuCom Group. In dem Segment sind die Minderheits- und Mehrheitsinvestitionsbereiche des Konzerns gebündelt, die ProSiebenSat.1 insbesondere über Medialeistung und -unterstützung aufbaut und die so zur Wachstumsstrategie des Konzerns beitragen. Gleichzeitig können damit Synergien und daraus resultierende Wertschaffung zwischen den beiden Segmenten Entertainment sowie Commerce & Ventures nachhaltig gestärkt werden und neu entstehen: So sind Produkte und Dienstleistungen aus Consumer-Internet-Bereichen einerseits besonders geeignet für Bewegtbild-Werbung im TV wie auch auf unseren digitalen Entertainment-Plattformen. Andererseits können wir über verbraucherorientierte Digital-Plattformen ein umfangreiches Wissen über Konsumdaten aufbauen und damit wiederum Werbekund:innen einen Mehrwert bieten.

Kern unserer Strategie ist es, Synergien bestmöglich zu heben. Diese Zielsetzung ist auch Grundlage für Investitionsentscheidungen, wobei die Investitionswährung Media hier von zentraler Bedeutung ist: Aufgrund ihrer hohen TV-Reichweite und des diversifizierten Entertainment-Portfolios kann die ProSiebenSat.1 Group Marken, die das bestehende Portfolio wertsteigernd ergänzen, effektiv und nachhaltig stärken. Darüber hinaus kann ProSiebenSat.1 auf Werbe-Freiflächen rasch reagieren und den eigenen Portfoliounternehmen anbieten. Damit kann ProSiebenSat.1 durch den Einsatz von Medialeistung Potenziale heben, die über marktübliche Kosten- und Umsatzsynergien hinausgehen. Sobald ein Unternehmen die ersten Wachstumsphasen erfolgreich durchlaufen hat und nächste Entwicklungsschritte folgen können, tätigt die ProSiebenSat.1 Group auch größere Akquisitionen.

Ein Beispiel hierfür ist der Kauf der The Meet Group. Ihr Portfolio ergänzt die Parship Group synergetisch und trägt wesentlich zur Umsatzdiversifizierung des Gesamtkonzerns bei. Das initiale Investment im Bereich Matchmaking erfolgte 2012 über eine Media-for-Revenue-Partizipation an Parship, in den folgenden Jahren hat ProSiebenSat.1 dann die Mehrheit erworben und weitere Online-Dating-Marken akquiriert. Dabei agiert die über diese Buy- and Build-Strategie entstandene ParshipMeet Group in einem profitablen und wachstumsstarken Markt. Dank umfangreicher Expertise ist es unser Ziel, die Plattformen der ParshipMeet Group gemeinsam weiter zu optimieren und von der engeren Verzahnung der Geschäfte zu profitieren.
→ Segmente und Markenportfolio

Welchen Wertbeitrag operative und technische Synergien innerhalb der ParshipMeet Group leisten können, hat die erfolgreiche Integration von eharmony bereits gezeigt: Wir haben die in Nordamerika, dem Vereinigten Königreich und Australien verfügbare Plattform nach der Übernahme im Jahr 2018 auf eine gemeinsame technologische Infrastruktur mit Parship und ElitePartner migriert. Synergien in den Bereichen Plattformentwicklung, Marketing und Einkauf haben so dazu beigetragen, die wirtschaftliche Performance deutlich zu verbessern. Das Unternehmen profitiert seither von diesen Effizienzmaßnahmen und der gesteigerten Attraktivität seiner Angebote: eharmony ist heute zentraler Wachstumstreiber des Matchmaking-Portfolios. Zu den aktuellen Fokusthemen der ParshipMeet Group gehört die Repositionierung der Marke Parship, deren Grundstein im Geschäftsjahr 2021 gelegt wurde. Dabei profitiert das im Dating & Video-Segment des Konzerns gebündelte Geschäft unmittelbar vom Zugriff auf bestehende Systeme, etwa im Bereich Einkauf, und kann so eigene Unternehmensstrukturen effizient weiterentwickeln.

Zusätzlich besteht Potenzial für weitere Cross-Selling-Initiativen im Konzernverbund mit der ProSiebenSat.1 Group. Insbesondere das Live-Video-Streaming-Know-how der ParshipMeet Group stärkt unsere Position im Dating-Geschäft und eröffnet uns neue Potenziale. Die Nachfrage nach Livestreaming ist groß – die Creator produzieren täglich rund 200.000 Stunden an Streaming-Inhalten. Wir nutzen das Live-Video-Streaming-Know-how aber nicht nur für diese Angebote – wir sehen darin auch Synergiepotenziale mit dem Entertainment-Portfolio. Ziel ist es daher, beide Segmente künftig noch enger zu verzahnen. Zugleich stellen wir die Technologie vPaaS auch Drittunternehmen zur Verfügung und generieren so zusätzliche Umsätze.

Das Potenzial ist hoch. Die Angebote der ParshipMeet Group haben in den vergangenen 20 Jahren maßgeblich dazu beigetragen, die Popularität von Online-Dating zu fördern und Innovationen mittels eigener Technologien wie vPaaS voranzutreiben. Um unsere Angebote auch weiterhin möglichst eng an den Anforderungen unserer Kund:innen auszurichten, haben wir in den vergangenen Wochen intensiv Marktforschung betrieben und sechs zentrale Bedürfnisse identifiziert, die für die Weiterentwicklung unserer Apps auch im Kontext der Pandemie handlungsleitend sind: Authentizität, Wertschätzung, Verbindlichkeit, Sicherheit, Perspektive und Spaß. Diese Bedürfnisse zu erfüllen wird wesentlich sein, um auch künftig bestmöglich am Wachstum des Markts zu partizipieren und unsere hohe Verbraucherakzeptanz zu stärken.

Einstieg in neue, wachstumsstarke Geschäftsfelder und Portfoliofokussierungen. Der rasche Aufbau von Markenbekanntheit ist wettbewerbsentscheidend, gerade für junge Unternehmen in einem frühen Entwicklungsstadium. Deshalb bieten wir Start-ups mit TV-Werbung eine besondere Anschubfinanzierung und können Unternehmen zu attraktiven Bewertungen erwerben:

ProSiebenSat.1 verfolgt unterschiedliche M&A-Ansätze und akquiriert häufig über die Investitionsvehikel des Konzerns zunächst eine Minderheitsbeteiligung oder beteiligt sich über Medialeistungen an Unternehmen. Nach dem Prinzip „Reichweite trifft Geschäftsidee“ kann ProSiebenSat.1 auf diese Weise ohne hohes unternehmerisches Risiko Erkenntnisse über neue Markt- und Geschäftsmodelle gewinnen, Marken aufbauen und das Wachstum von Unternehmen beschleunigen. Ein Beispiel hierfür ist die Investition in den Fitness-Aggregator Urban Sports Club mit dem Ziel, die Markenbekanntheit des Unternehmens in der deutschsprachigen Region durch Werbung auf den ProSiebenSat.1-eigenen TV- und Online-Plattformen zu erhöhen und so sein Wachstum weiter zu fördern. Im abgelaufenen Berichtsjahr hatte der ProSiebenSat.1-Konzern 15,6 Prozent der Anteile an Urban Sports Club erworben.

Dies ist ein Grundpfeiler unserer M&A-Strategie und zugleich ein zentraler Wettbewerbsvorteil, insbesondere auch gegenüber globalen Plattformanbietern. Dabei wird auch in Zukunft ein besonderer Fokus auf dem Segment Commerce & Ventures liegen und uns zusätzliches Wachstumspotenzial eröffnen.

Die ProSiebenSat.1 Group bewertet regelmäßig das Synergiepotenzial ihres Portfolios. Haben bestimmte Geschäfte jedoch nicht mehr genug Nähe zum Entertainment-Geschäft oder sind kein Plattformgeschäft, verkaufen wir diese gut entwickelten Commerce-Marken an einen besser geeigneten Eigentümer. Auf diese Weise stellt der Konzern sein Portfolio fokussierter auf und verschafft sich damit finanziellen Freiraum für künftige wertschaffende Investitionen.

Datenbasierte Geschäftsmodelle und Digitalisierung von TV-Werbung. Globale Plattformanbieter wie Alphabet/Google, Meta/Facebook oder auch Netflix Inc. („Netflix“) haben unter anderem aufgrund ihrer datenbasierten Geschäftsmodelle eine hohe Marktmacht. Durch ihre Größe können sie Nutzungsgewohnheiten beeinflussen. Dies gilt insbesondere auch für die Mediennutzung junger Menschen. Die ProSiebenSat.1 Group hat jedoch sehr frühzeitig begonnen, ihre TV-Angebote zu erweitern und crossmedial auszubauen. Dabei heben wir uns aufgrund unserer lokalen Content-Strategie von den Angeboten globaler Plattformanbieter ab und leisten einen zentralen Beitrag zur Medien- und Meinungsvielfalt. Wir behaupten uns mit unserer Strategie in diesem Wettbewerb erfolgreich. Unser Ziel ist es, für jede Nutzungsform und auf allen Screens den passenden Service anzubieten.

Schon heute ist unser Programm jederzeit online und damit gerät, zeit- und ortsunabhängig verfügbar. Mit Joyn betreiben wir beispielsweise ein Streaming-Angebot, über das wir unseren Zuschauer:innen unsere TV-Programme auch on-demand zur Verfügung stellen. Bei den Distributionspartnern bleiben unsere starken Sendermarken unsere Leuchttürme. Aber auch im Bereich Distribution gehen wir neue Wege und schaffen durch erweiterte Kooperationen mit den Distributionsplattformen zusätzliche Reichweite und Angebote im Bereich Video-on-Demand sowie neue Vermarktungsmöglichkeiten, etwa in den Bereichen Daten und Addressable TV. So treiben wir die digitale Transformation des ProSiebenSat.1-Konzerns mit Nachdruck voran. Denn es wird immer bedeutender, datenbasierte Geschäftsmodelle auch für die Vermarktung von TV-Werbezeiten zu etablieren und auszubauen.

Ein Meilenstein in diesem Kontext ist die gerichtliche Klärung, regional zugeschnittene Werbung künftig auf allen linearen Verbreitungswegen ausstrahlen zu dürfen. Das Wachstumspotenzial für datenbasierte Werbeformen ist hoch. Fernsehwerbung erhält so neue Akzente, wird für Zuschauer:innen und Werbekund:innen interessanter und dadurch im intermedialen Vergleich noch wertvoller. Vor dem Hintergrund der EuGH-Entscheidung vom Februar 2021 unterstreicht nun das Urteil des Landgerichts Stuttgart vom 23. Dezember 2021 unsere politische Forderung: Wir brauchen in Deutschland eine zeitgemäße Regulierung und mehr Chancengleichheit im Werbemarkt – auch um heimische Unternehmen im internationalen Wettbewerb zu fördern und nicht zu behindern. So ist beispielsweise globalen Digitalkonzernen wie Google oder Facebook kontextbezogene Werbung wie der regionale Zuschnitt von Werbung im Internet seit jeher erlaubt. Damit können wir nun auch im linearen TV Werbespots regional selektiv an die passgenaue Adresse ausliefern. Daraus eröffnet sich für uns die Chance, neue Produkte für weitere Kundengruppen anzubieten.

Ein weiteres Beispiel für die zielgerichtete, kontextbezogene oder gar personalisierte Aussteuerung von Werbung im TV sind Addressable-TV-Spots, die ProSiebenSat.1 als erster TV-Konzern in Deutschland realisiert hat und nun über d-force, unser Joint Venture mit RTL Deutschland vorantreibt. 2021 hat ProSiebenSat.1 über 1.200 Addressable-TV-Kampagnen umgesetzt (rund 20 % mehr als im Vorjahr). Die Angebote von ProSiebenSat.1 basieren auf der HbbTV-Technologie, die es ermöglicht, Online-Inhalte auf Smart-TV-Geräten anzuzeigen. Daraus resultieren attraktive Werbemöglichkeiten, da Addressable-TV-Spots die Vorteile der digitalen Werbung mit linearem Fernsehen verknüpfen. Ziel ist es, unsere führende Position im Addressable-TV-Umfeld kontinuierlich auszubauen und der dynamisch steigenden Nachfrage nach innovativen Werbetechnologien mit neuen Produkten zu begegnen.

Mit der CrossDevice-Bridge etwa ermöglichen wir Werbekund:innen seit Dezember 2020 die geräteübergreifende Planung und Aussteuerung von TV- und Digital-Werbekampagnen. Dabei buchen die Kund:innen nicht mehr das Medium, über das sie ihre Werbung ausspielen wollen, sondern die Menge und Häufigkeit von Kontakten, die sie erreichen wollen. Dadurch wird crossmediale Werbeplanung deutlich einfacher und schneller: Die verschiedenen Screens können miteinander verbunden und aufeinander abgestimmt werden, sodass bestimmte Zielgruppen bei übergreifenden TV- und Digital-Kampagnen leichter adressiert werden können. Insgesamt 38 Mio Haushalte erreicht die Seven.One Media bereits heute mittels der CrossDevice-Bridge und deckt damit den Großteil der digitalen Mediennutzung in Deutschland ab.

Um die erzielte Reichweite kombinierter TV- und Video-Kampagnen unter Berücksichtigung einheitlicher Kriterien messbar und bewertbar zu machen, hat ProSiebenSat.1 gemeinsam mit dem Lizenzgeber Sky Media das Konzept CFlight für den deutschen Markt entwickelt. CFlight beinhaltet ein transparentes, crossmediales Kampagnen-Reporting, das die Vergleichbarkeit von TV- und Video-Werbekontakten garantiert. Die Ergebnisse dieser Messbarkeitswährung zeigen einmal mehr, dass wirkungsstarke Bewegtbild-Kampagnen crossmedial arbeiten. Dies ist Kern unserer Vermarktungsstrategie. Dabei kombinieren wir konsequent die Vorteile des klassischen Fernsehens wie etwa seine hohe Reichweite mit den Vorteilen der digitalen Werbung, also zum Beispiel datenbasiertes Targeting, miteinander.

ZUSÄTZLICHE CHANCEN AUS DER ENTWICKLUNG VON RAHMENBEDINGUNGEN

Der Konzern hat seine Gesamtjahresprognose 2022 unter spezifischen Annahmen hinsichtlich der weiteren konjunkturellen Rahmenbedingungen getroffen. Eine positive Abweichung von diesen wichtigen Planungsprämissen könnte das Wachstum der gesamten Gruppe zusätzlich beschleunigen. Dies gilt insbesondere für eine günstigere Entwicklung des Werbeumfelds als im Unternehmensausblick beschrieben.

→ Unternehmensausblick

GESAMTAUSSAGE AUS SICHT DER UNTERNEHMENSLEITUNG: PROGNOSE 2022

Die ProSiebenSat.1 Group ist für die Zukunft gut aufgestellt. Wir verfügen über eine solide finanzielle Basis und eine klare Unternehmensstrategie, die die wichtigen Trends der verschiedenen Marktumfelder, in denen wir aktiv sind, reflektiert. Unser Fokus liegt insbesondere auf den Synergien zwischen unseren Geschäftsbereichen, dem Wachstum unserer Digital-Aktivitäten im Entertainment- sowie Commerce & Ventures-Geschäft und der Skalierbarkeit unserer Dating & Video-Plattformen. Diese konsequente Ausrichtung unserer Strategie zahlt sich aus: Im Laufe des Jahres 2021 haben wir uns bei allen bedeutsamsten finanziellen Leistungsindikatoren signifikant verbessert. Auch künftig konzentrieren wir uns einerseits auf profitables Wachstum und andererseits auf die mittelfristige Verbesserung unseres P7S1 ROCE (Return on Capital Employed) auf über 15 Prozent.

KÜNFTIGE WIRTSCHAFTLICHE UND BRANCHENSPEZIFISCHE RAHMENBEDINGUNGEN

Für die globale Konjunktur prognostiziert der IWF für 2022 ein robustes Plus von 4,4 Prozent. Allerdings bestehen nach wie vor erhebliche Unsicherheiten, da zum einen der weitere Pandemieverlauf unklar ist und sich insbesondere die Virusvariante Omikron derzeit rasant ausbreitet. Zum anderen beeinflussen nach wie vor Rohstoffknappheit und Lieferengpässe die Konjunktur in hohem Maße. Diese Entwicklungen sind fortdauernder als die meisten Expert:innen im Jahresverlauf 2021 noch angenommen hatten.

Dennoch wird erwartet, dass sowohl die Pandemiebekämpfung weiter fortschreitet als auch die Produktionsabläufe zunehmend besser an die bestehenden Rahmenbedingungen angepasst werden, zumindest in den entwickelten Volkswirtschaften. Bei Bedarf dürften hier auch weitere staatliche Stützungsmaßnahmen zum Einsatz kommen. Hierzu zählt das Infrastruktur- und Investitionsprogramm der US-Regierung in Höhe von 550 Mrd US-Dollar, das starke Wachstumsimpulse setzt. Vor diesem Hintergrund rechnet der IWF trotz Belastungen für die US-Wirtschaft 2022 mit einem kräftigen Wachstum von 4,0 Prozent.

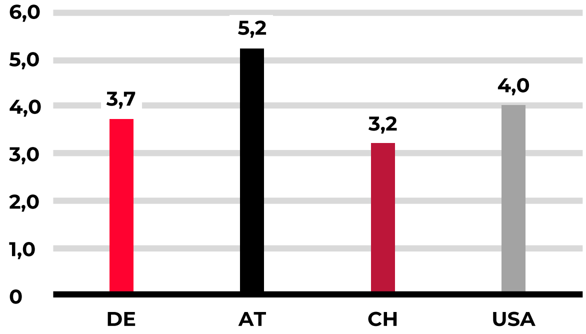
Die Erholung der deutschen Wirtschaft ist zum Jahreswechsel 2021/22 weitgehend zum Erliegen gekommen: Wie schon im Vorjahr stieg mit Beginn des Winters 2021 die Zahl der COVID-19-Infektionen deutlich an, kontaktintensive Dienstleistungen und der stationäre Einzelhandel wurden erneut durch Schutzmaßnahmen eingeschränkt. Anders als in vorherigen Hochphasen der Pandemie wurden Geschäfte und Dienstleistungsbetriebe allerdings nicht komplett geschlossen, sodass auch die Abschwächung des privaten Konsums weniger stark ausfallen dürfte. Negativ auf die Konjunkturlage wirken sich jedoch die weltweiten Lieferengpässe aus, die den deutschen Industriesektor – und dort vor allem die bedeutsamen Industrien Automobil und Maschinenbau – erheblich belasten.

Es ist entsprechend davon auszugehen, dass Pandemiebeschränkungen und Lieferengpässe das erste Quartal 2022 bestimmen werden. Mit Beginn des Sommerhalbjahres ist auf Basis der Einschätzung der Institute – wie schon im Vorjahr – jedoch eine kräftige wirtschaftliche Belebung

für Deutschland zu erwarten. Vor allem die privaten Konsumausgaben dürften deutlich expandieren. Dafür sprechen weiterhin günstige Rahmenbedingungen wie der robuste Arbeitsmarkt, stabile Einkommensverhältnisse und hohe Ersparnisse. Zudem sollte sich im Jahresverlauf die Belastung der Verbraucher:innen durch die Inflation etwas verringern. Parallel dazu wird erwartet, dass die Industrieproduktion allmählich wieder Fahrt aufnimmt, insbesondere angesichts der hohen Auftragsbestände. Dies dürfte die Exportdynamik entsprechend beleben. Vor diesem Hintergrund rechnen die Konjunkturexpert:innen für das Gesamtjahr 2022 mit einem Anstieg des realen Bruttoinlandsprodukts zwischen 3,5 Prozent (Institut für Wirtschaftsforschung Halle, IWH) und 4,1 Prozent (Deutsche Bundesbank). Der private Konsum wird mit Prognosewerten zwischen plus 6,5 Prozent (ifo Institut) und 7,6 Prozent (Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung e.V., RWI) noch deutlich dynamischer erwartet.

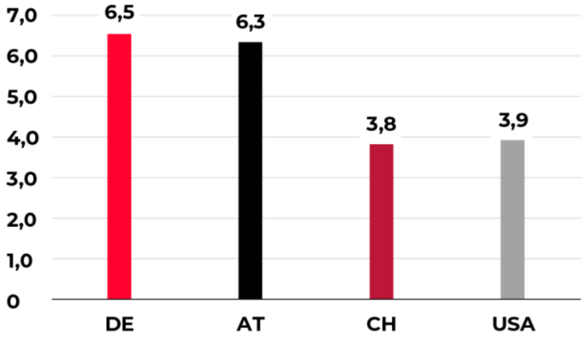
Prognosen sind per se mit Unsicherheiten behaftet, derzeit sind sie jedoch besonders hoch: So könnte sich die Konjunkturerholung einerseits weiter verzögern, andererseits aber auch deutlich dynamischer erfolgen. Ausschlaggebend hierfür bleibt insbesondere der weitere Verlauf und die Intensität der Pandemie mit ihren Virusvarianten. Zudem sorgt der Russland-/Ukraine-Krieg für weitere Unsicherheit.

ERWARTETE ENTWICKLUNG DES BRUTTO- INLANDSPRODUKTS IN DEN FÜR PROSIEBENSAT.1 WICHTIGEN LÄNDERN



2022 p (Prognose).
Quellen: DE: ifo, Konjunkturprognose Winter 2021 vom 14.12.2021.
AT: WIFO, Konjunkturprognose vom 15.12.2021.
CH: SECO, Konjunkturprognose vom 09.12.2021.
USA: IWF World Economic Outlook vom Januar 2022.

ERWARTETE ENTWICKLUNG DES PRIVATEN KONSUMS IN DEN FÜR PROSIEBENSAT.1 WICHTIGEN LÄNDERN

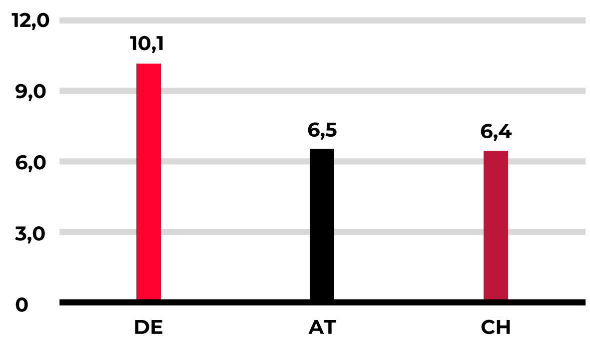


2022 p (Prognose).
Quellen: DE: ifo, Konjunkturprognose Winter 2021 vom 14.12.2021.
AT: WIFO, Konjunkturprognose vom 15.12.2021.
CH: SECO, Konjunkturprognose vom 09.12.2021.
USA: IWF World Economic Outlook vom Oktober 2021.

Die PricewaterhouseCoopers GmbH („PricewaterhouseCoopers“) rechnet für das Jahr 2022 mit einem Volumen des Entertainment-Markts in Höhe von insgesamt 40,5 Mrd Euro, dies ist ein Wachstum der Konsumentenausgaben um 5,9 Prozent. Die Ausgaben für digitale Entertainment-Angebote sollten dann ein Volumen von 11,3 Mrd Euro haben (2021: 10,4 Mrd Euro), wobei sich unter anderem der Streaming-Sektor weiter sehr dynamisch entwickelt. Bis 2025 dürfte der digitale Entertainment-Markt jährlich um 6,5 Prozent wachsen, der traditionelle Entertainment-Markt – darunter bspw. Print, TV oder Konzerte – dürfte in diesem Zeitraum durchschnittlich um 1,1 Prozent pro Jahr ansteigen. Bezüglich der weiteren Entwicklung der Konsument:innenausgaben für Entertainment-Angebote bestehen angesichts der COVID-19-Pandemie sowie der hohen Inflationsrate jedoch nach wie vor hohe Unsicherheiten. Dies gilt auch für die gesamte Werbebranche.

Für die Werbeausgaben im Jahr 2022 prognostizieren die Mediaagenturen Magna Global und ZenithOptimedia für den Netto-Gesamt-Werbemarkt einen Anstieg von 10,1 Prozent bzw. 3,7 Prozent. Während die Prognosen in den vorherigen Jahren noch eine negative Entwicklung des TV-Werbemarkts in Deutschland erwartet hatten, ist der Netto-TV-Werbemarkt 2021 deutlich gewachsen und auch für das Jahr 2022 erwarten die Expert:innen weiteres Wachstum (Magna Global: +5,0 %; ZenithOptimedia: +3,0 %). Dies unterstreicht die Bedeutung des Mediums TV – auch in die Zukunft gerichtet. Ebenfalls auf Netto-Basis dürfte sich InStream-Videowerbung weiter dynamisch entwickeln und das Wachstum des Online-Werbemarkts vorantreiben. Allerdings ist die Prognoseunsicherheit hoch, zumal die seit Jahresbeginn 2022 in Deutschland aufgrund der neuen Omikron-Virusvariante bundesweit erneut stark ansteigenden Infektionszahlen in den Prognosen noch nicht reflektiert sind. Ob und in welchem Ausmaß sich darüber hinaus die Inflation auf Werbebudgets und -investitionen auswirkt, bleibt ebenfalls abzuwarten.

ERWARTETE ENTWICKLUNG DES NETTO-GESAMTWERBEMARKTS IN DEN FÜR PROSIEBENSAT.1 WICHTIGEN LÄNDERN



2022 p (Prognose).
Quelle: Magna Global, Global Advertising Forecast Dezember 2021, Zahlen auf Netto-Basis angepasst, dennoch methodische Unterschiede zwischen den Ländern und Quellen.

Im Segment Commerce & Ventures ist neben dem privaten Konsum der Online-Handel ein wichtiger Indikator für die weitere Umsatzentwicklung:

Bis 2025 dürfte der deutsche E-Commerce-Markt laut IFH Köln im Mittel ein Volumen von 139 Mrd Euro erreichen. Das durchschnittliche jährliche Wachstum von 2021 bis 2025 würde damit 10,4 Prozent betragen, der Anteil des Online-Handels am Einzelhandel soll bis 2025 auf 18,3 Prozent steigen (2021: 14,8 %). Der Online-Handel war in den Jahren 2020 und 2021 einer der größten Profiteure der COVID-19-Pandemie.

Das Volumen des Mietwagenmarkts in Europa soll sich laut Statista im Jahr 2022 auf 14,3 Mrd US-Dollar belaufen und damit das Vorkrisenniveau von 2019 mit einem Volumen von 16,9 Mrd US-

Dollar noch nicht wieder erreichen. Das Marktvolumen von Online-Vergleichsportalen in Deutschland für die Bereiche Energie, Telekommunikation, Versicherungen und Konsumentenkredite dürfte 2022 stark davon abhängen, wie sich insbesondere die Energiepreise entwickeln werden.

Die COVID-19-Pandemie hat die Nutzung von Online-Angeboten in vielen Consumer-Märkten verstärkt. Digitale Kanäle sind zum alltäglichen Kommunikationsmittel geworden und helfen, soziale Interaktionen aufzubauen oder zu vertiefen. Diese Entwicklung zeigt sich auch im Dating & Video-Segment. Einer aktuellen Studie eines Beratungsunternehmens im Auftrag der ParshipMeet Group zufolge könnte das Gesamtvolumen des für unser Segment Dating & Video relevanten Marktes jährlich weiter zulegen und sich vor allem in den USA dynamisch entwickeln. Angesichts der Ausgangsbeschränkungen haben dabei im Jahr 2020 insbesondere „Treffen per Video" deutlich an Bedeutung gewonnen und sich zwischenzeitlich fest als Nutzungsgewohnheit etabliert.
→ Rahmenbedingungen des Konzerns

UNTERNEHMENSAUSBLICK

Prognose

Die ProSiebenSat.1 Group verfolgt eine klare Strategie, die auf nachhaltiges und profitables Wachstum ausgerichtet ist. Da die makroökonomische Entwicklung in den Kernmärkten der ProSiebenSat.1 Group auch im Geschäftsjahr 2022 unter anderem aufgrund der andauernden COVID-19-Pandemie unsicher bleibt, hat sich der Konzern entschieden, für seine Umsatz- und adjusted EBITDA-Prognose jeweils einen Mittelwert mit einer Plus-/Minus-Varianz zugrunde zu legen, die diesen Rahmenbedingungen Rechnung tragen. Beeinträchtigungen des Geschäfts, die unter anderem aufgrund des momentanen Verlaufs der COVID-19-Pandemie bis zur Aufstellung des Geschäftsberichts 2021 am 1. März 2022 absehbar sind, hat der Konzern in seinem Ausblick berücksichtigt. Beeinträchtigungen des Geschäfts der ProSiebenSat.1 Group darüber hinaus, etwa auch durch negative Auswirkungen des Russland-/Ukraine-Kriegs auf die Kernmärkte des Konzerns, sind in dieser Prognose[9] nicht reflektiert.
→ Strategie und Steuerungssystem → Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen

Insgesamt strebt der Konzern auf dieser Grundlage an, im Gesamtjahr 2022 beim Umsatz weiter zu wachsen: Der Konzern erwartet 2022 – ohne weitere Portfolioveränderungen – einen **Umsatz** von rund 4,600 Mrd Euro mit einer Varianz von plus/minus 100 Mio Euro nach einem währungs- und portfoliobereinigten Vorjahreswert von 4,413 Mrd Euro[10]. Dies übersetzt sich in eine Umsatzwachstumsbandbreite des Konzerns im Geschäftsjahr 2022 von mindestens 2 Prozent bis zu rund 6 Prozent.

Die Bandbreite des Umsatzziels hängt insbesondere von der Entwicklung der Werbeerlöse in der DACH-Region ab: Für den unteren Wert der Varianz nimmt der Konzern im Vergleich zum Vorjahr stabile Werbeerlöse in der DACH-Region an, für den oberen Wert der Varianz ein Wachstum von 3 Prozent.

Basierend auf diesen Umsatzannahmen und ohne weitere Portfolioveränderungen erwartet ProSiebenSat.1 im Gesamtjahr 2022 – weiterhin größtenteils getragen durch das Segment Entertainment – ein **adjusted EBITDA** der Gruppe von rund 840 Mio Euro mit einer Varianz von plus/minus 25 Mio Euro (währungs- und portfoliobereinigter Vorjahreswert: 825 Mio Euro[11]). Die Entertainment-Programmkosten werden dabei insgesamt auf dem Niveau des Vorjahres (Vorjahr: 1,054 Mrd Euro) liegen, wobei der Hauptteil der Gesamtprogrammkosten auf lokale Inhalte entfallen wird und diese abhängig von der Werbemarktentwicklung in Höhe von rund 50 Mio Euro gesteuert werden können. Hier nutzt der Konzern den Erfolg seiner lokalen Programmstrategie, um seine Reichweite über alle Plattformen auszubauen. Im abgelaufenen Geschäftsjahr lag die Gruppe so in der Prime Time in jedem Quartal vor den von der Ad Alliance vermarkteten Sendern des Hauptwettbewerbers RTL Deutschland (Marktanteile Zielgruppe 14-49 Jahre) und hat insbesondere im wichtigen vierten Quartal ihre Marktführerschaft weiter ausgebaut.

Das **adjusted net income** des Konzerns wird maßgeblich durch die Entwicklung des adjusted EBITDA bestimmt. Daneben wird diese Kenngröße durch das Finanzergebnis, in dem unter anderem die at-Equity-Beteiligung der Streaming-Plattform Joyn erfasst wird, sowie durch die

9 Der US-Dollar ist für die ProSiebenSat.1 Group neben dem Euro die wesentliche Währung. Der Konzern erwartet 2022 einen US-Dollar-Anteil am Konzernumsatz von ca. 20 Prozent bzw. am adjusted EBITDA von ca. 15 Prozent. Eine über das gesamte Geschäftsjahr durchschnittliche Stärkung oder Schwächung des US-Dollars im Verhältnis zum Euro um 1 Cent beeinflusst entsprechend die Umsatzerlöse des Konzerns um ca. 8 Mio Euro und das adjusted EBITDA um ca. 1 Mio Euro. Für die Prognose aller folgenden Kennzahlen legt der Konzern einen US-Dollarkurs im Verhältnis zum Euro von 1,15 US-Dollar im Geschäftsjahr 2022 zugrunde.
10 Basierend auf den Umsatzerlösen des Geschäftsjahres 2021 umgerechnet mit den Plankursen des Geschäftsjahres 2022 abzüglich insbesondere der Umsatzerlöse der in 2021 entkonsolidierten Gesellschaften Sonoma Internet GmbH (Amorelie), moebel.de Einrichten & Wohnen AG und Gravitas Ventures LLC in Höhe von insgesamt 101 Mio Euro.
11 Basierend auf dem adjusted EBITDA des Geschäftsjahres 2021 umgerechnet mit den Plankursen des Geschäftsjahres 2022 abzüglich insbesondere des adjusted EBITDA der in 2021 entkonsolidierten Gesellschaften Sonoma Internet GmbH (Amorelie), moebel.de Einrichten & Wohnen AG und Gravitas Ventures LLC in Höhe von insgesamt 17 Mio Euro.

Ertragsteuern beeinflusst. Für das Gesamtjahr 2022 erwartet der Konzern auf dieser Basis und ohne weitere Portfolioveränderungen, dass das adjusted net income auf oder leicht über dem Vorjahresniveau von 362 Mio Euro liegen sollte.

Der **adjusted Operating Free Cashflow ist** die relevante Cashflow-Steuerungsgröße des Konzerns und orientiert sich an der Entwicklung des adjusted EBITDA. Beim Erreichen eines mittleren Werts der angestrebten adjusted-EBITDA-Zielbandbreite geht ProSiebenSat.1 davon aus, dass sich der adjusted Operating Free Cashflow für das Gesamtjahr 2022 – aus Vergleichbarkeitsgründen korrigiert um die Veränderung der Investitionen für den Bau des neuen Campus am Standort Unterföhring – auf oder leicht über dem Vorjahreswert von 599 Mio Euro bewegen sollte.

Die ProSiebenSat.1 Group misst den mittelfristigen finanziellen Erfolg des Unternehmens anhand der Kennzahl **P7S1 ROCE** (Return on Capital Employed). Im Geschäftsjahr 2022 geht die Gruppe von einem P7S1 ROCE leicht über dem Niveau des Vorjahres von 14,1 Prozent aus.
→ Strategie und Steuerungssystem

Für den **Verschuldungsgrad** (Verhältnis von Netto-Finanzverbindlichkeiten zum LTM adjusted EBITDA des Konzerns) strebt ProSiebenSat.1 grundsätzlich eine Bandbreite von 1,5x bis 2,5x an. Zum Jahresende 2022 rechnet der Konzern – abhängig von der Geschäftsentwicklung und ohne Berücksichtigung eventueller Portfolioveränderungen – mit einem Verschuldungsgrad auf oder leicht unter Vorjahresniveau (Vorjahr: 2,2x).

Die Entwicklung der **Zuschauermarktanteile** ist der bedeutsamste nichtfinanzielle Leistungsindikator der ProSiebenSat.1 Group. Für das Geschäftsjahr 2022 geht der Konzern davon aus, seine führende Position bei den Zuschauermarktanteilen in der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen auf hohem Niveau halten zu können.

Darüber hinaus hat sich die ProSiebenSat.1 Group folgende **mittel- und langfristigen Ziele** für den gesamten Konzern gesetzt:

– Die ProSiebenSat.1 Group strebt auf Basis ihrer starken und auf drei sich ergänzenden Segmenten basierenden Strategie an, auch mittel- und langfristig weiterhin attraktiv für alle Stakeholder zu sein und mit einer klaren Ergebnisorientierung in allen drei Segmenten profitabel zu wachsen.

– Dabei hat sich ProSiebenSat.1 zum Ziel gesetzt, den Umsatz weiter zu diversifizieren und somit den Umsatzanteil außerhalb der TV-Werbeerlöse in der DACH-Region kontinuierlich auszubauen.

– Im Mittelpunkt steht dabei eine konsequente Wertschaffung: Mittelfristig will der Gesamtkonzern eine Rendite auf das eingesetzte Kapital, also einen P7S1 ROCE, von über 15 Prozent erzielen. Dafür sollen sich Erweiterungs- und Neuinvestitionen grundsätzlich innerhalb von drei Jahren amortisieren und dabei eine Verzinsung von mindestens 18 Prozent erwirtschaften. Strategische Projekte sollen sich im Regelfall innerhalb von fünf Jahren amortisieren.

– Die ProSiebenSat.1 Group strebt zudem auch mittelfristig weiterhin einen Verschuldungsgrad in einer Bandbreite zwischen 1,5x und 2,5x an.

– All diese Ziele reflektieren die Strategie, dass die ProSiebenSat.1 Group einer der führenden digitalen Infotainment- und Entertainment-Anbieter in der DACH-Region ist und mit dieser Stärke, weltweite synergetische digitale Verbraucherplattformen auf- und ausbaut.

– Die Dividendenpolitik des Konzerns, rund 50 Prozent des adjusted net income als Dividende auszuschütten, soll weiterhin Bestand haben, um die Aktionär:innen am nachhaltigen Erfolg der Unternehmensstrategie auch jährlich partizipieren zu lassen.

Dividendenvorschlag

Für das Geschäftsjahr 2021 empfiehlt der Vorstand dem Aufsichtsrat, der Hauptversammlung die Ausschüttung einer Dividende von 0,80 Euro je Aktie an die dividendenberechtigten Inhaber:innen vorzuschlagen (Vorjahr: 0,49 Euro). Dies entspricht einer erwarteten Gesamtzahlung von rund 181 Mio Euro. Die Zahlung der vorgeschlagenen Dividende ist abhängig von der Zustimmung der Hauptversammlung am 5. Mai 2022.

→ Vermögenslage des Konzerns

DIVIDENDENVORSCHLAG

Adjusted net income in Mio Euro	362
Anzahl ausstehender Aktien[1]	233.000.000
Anzahl eigener Aktien[1]	6.694.738
Anzahl dividendenberechtigter Aktien[1]	226.305.262
Dividendenvorschlag in Euro	0,80
Ausschüttung in Mio Euro	181
Ausschüttungsquote in Prozent	50

1 Zum Stichtag 31.12.2021.

Vorausschauende Aussagen

Prognosen basieren auf aktuellen Einschätzungen zukünftiger Entwicklungen. Wir stützen uns dabei auf unsere Budgetplanung sowie umfassende Markt- und Wettbewerbsanalysen. Die prognostizierten Werte werden in Übereinstimmung mit den im Konzernabschluss angewendeten Rechnungslegungsgrundsätzen und in Konsistenz mit den im Konzernlagebericht beschriebenen Bereinigungen ermittelt. Prognosen sind naturgemäß jedoch mit gewissen Unsicherheiten verbunden, die zu positiven oder negativen Planabweichungen führen können. Sollten Unwägbarkeiten eintreten oder die den vorausschauenden Aussagen zugrundeliegenden Prämissen nicht weiter zutreffen, könnten die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den getroffenen Aussagen oder implizit zum Ausdruck gebrachten Ergebnissen abweichen. Entwicklungen, die diese Prognose belasten könnten, sind zum Beispiel eine geringere Konjunkturdynamik als zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts erwartet. Diese und weitere Faktoren werden ausführlich im Risiko- und Chancenbericht erläutert. Dort berichten wir auch über zusätzliche Wachstumspotenziale; Chancen, die wir bislang nicht bzw. nicht vollumfänglich budgetiert haben, könnten sich etwa aus unternehmensstrategischen Entscheidungen ergeben. Risikopotenziale werden systematisch und regelmäßig im Rahmen des konzernweiten Risikomanagementprozesses erfasst.

KONZERNABSCHLUSS

KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

in Mio Euro		**2021**	2020
Umsatzerlöse	[6]	4.494	4.047
Umsatzkosten	[7]	–2.746	–2.468
Bruttoergebnis vom Umsatz		**1.748**	**1.579**
Vertriebskosten	[8]	–712	–646
Verwaltungskosten	[9]	–501	–538
Sonstige betriebliche Aufwendungen	[10]	–11	–12
Sonstige betriebliche Erträge	[11]	30	169
Betriebsergebnis		**553**	**553**
Zinsen und ähnliche Erträge		16	3
Zinsen und ähnliche Aufwendungen		–56	–76
Zinsergebnis	[12]	–40	–73
Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen	[13]	–41	–77
Sonstiges Finanzergebnis	[13]	135	–32
Finanzergebnis		**54**	**–183**
Ergebnis vor Steuern		**607**	**370**
Ertragsteuern	[14]	–165	–118
Konzernergebnis		**442**	**252**
Anteil der Gesellschafter der ProSiebenSat.1 Media SE		449	267
Anteil anderer Gesellschafter		–7	–15
Ergebnis je Aktie in Euro			
Unverwässertes Ergebnis je Aktie	[15]	1,99	1,18
Verwässertes Ergebnis je Aktie	[15]	1,98	1,18

KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG

in Mio Euro	**2021**	2020
Konzernergebnis	**442**	**252**
Posten, die zukünftig möglicherweise in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden		
Währungsumrechnung	72	−56
Cashflow-Hedges	47	−70
Ertragsteuern	−13	20
Posten, die nicht in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden		
Neubewertung leistungsorientierter Versorgungspläne	0	−1
Sonstiges Ergebnis	**106**	**−108**
Konzern-Gesamtergebnis	**548**	**144**
Anteil der Gesellschafter der ProSiebenSat.1 Media SE	538	167
Anteil anderer Gesellschafter	10	−23

KONZERN-BILANZ

in Mio Euro		31.12.2021	31.12.2020
AKTIVA			
Geschäfts- oder Firmenwerte	[17]	2.163	2.177
Programmvermögen	[18]	973	1.072
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	[19]	867	943
Sachanlagen	[20]	495	443
At-Equity bewertete Anteile	[22]	61	14
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	[23]	353	271
Übrige Forderungen und Vermögenswerte	[24]	3	2
Latente Ertragsteueransprüche	[14]	67	54
Langfristige Vermögenswerte		**4.982**	**4.975**
Programmvermögen	[18]	172	141
Vorräte	[6]	49	44
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	[23]	139	50
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	[23]	504	569
Laufende Ertragsteuerforderungen		55	31
Übrige Forderungen und Vermögenswerte	[24]	91	47
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	[25]	594	1.224
Kurzfristige Vermögenswerte		**1.605**	**2.106**
Bilanzsumme		**6.587**	**7.081**

in Mio Euro		31.12.2021	31.12.2020
PASSIVA			
Gezeichnetes Kapital		233	233
Kapitalrücklage		1.046	1.045
Erwirtschaftetes Konzerneigenkapital		629	290
Eigene Anteile		−62	−62
Kumuliertes sonstiges Ergebnis		45	−44
Sonstiges Eigenkapital		−136	−129
Anteil der Gesellschafter der ProSiebenSat.1 Media SE		1.755	1.333
Anteil anderer Gesellschafter		343	354
Eigenkapital	**[26]**	**2.099**	**1.687**
Finanzverbindlichkeiten	[29]	2.395	2.591
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	[29]	347	410
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	[29]	52	74
Übrige Verbindlichkeiten	[30]	16	4
Rückstellungen für Pensionen	[27]	31	32
Sonstige Rückstellungen	[28]	51	45
Latente Ertragsteuerschulden	[14]	248	260
Langfristige Schulden		**3.138**	**3.417**
Finanzverbindlichkeiten	[29]	51	601
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	[29]	80	109
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	[29]	555	618
Übrige Verbindlichkeiten	[30]	397	374
Laufende Ertragsteuerschulden		141	133
Sonstige Rückstellungen	[28]	126	142
Kurzfristige Schulden		**1.350**	**1.977**
Bilanzsumme		**6.587**	**7.081**

KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG

in Mio Euro	**2021**	2020
Konzernergebnis	442	252
Ertragsteuern	165	118
Finanzergebnis	−54	183
Abschreibungen und Wertminderungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	251	248
Werteverzehr auf das Programmvermögen inkl. Veränderung der Rückstellung für belastende Verträge	995	966
Veränderung der Rückstellungen	27	25
Ergebnis aus dem Verkauf von Vermögenswerten	9	−143
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	−4	−4
Veränderung des Working Capital	−18	−39
Erhaltene Dividenden	5	7
Gezahlte Steuern	−221	−41
Gezahlte Zinsen	−60	−67
Erhaltene Zinsen	1	6
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	**1.539**	**1.511**
Einzahlungen aus dem Verkauf von langfristigen Vermögenswerten	74	78
Auszahlungen für die Beschaffung von sonstigen immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	−218	−234
Auszahlungen für Investitionen in at-Equity bewertete Anteile und finanzielle Vermögenswerte	−83	−81
Auszahlungen für die Beschaffung von Programmvermögen	−1.060	−1.063
Auszahlungen für gewährte Darlehen	−1	—
Einzahlungen aus gewährten Darlehen	1	1
Auszahlungen aus dem Erwerb von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten (abzüglich übernommener Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente)	−25	−397
Einzahlungen aus dem Verkauf von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten (abzüglich abgegangener Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente)	63	305
Cashflow aus Investitionstätigkeit	**−1.249**	**−1.391**
Auszahlung der Dividende	−111	—
Rückzahlung finanzieller Verbindlichkeiten	−1.681	−386
Einzahlungen aus der Aufnahme von finanziellen Verbindlichkeiten	956	375
Tilgung von Leasingverbindlichkeiten	−42	−39
Auszahlungen aus Transaktionen mit nicht-beherrschenden Gesellschaftern	−37	−1
Einzahlungen anderer Gesellschafter	—	261
Auszahlungen von Finanzierungskosten	−1	—
Auszahlungen von Dividenden an nicht-beherrschende Gesellschafter	−23	−5
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	**−940**	**205**
Wechselkursbedingte Änderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	20	−50
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	**−630**	**274**
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang	1.224	950
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende	**594**	**1.224**

KONZERN-EIGENKAPITAL-VERÄNDERUNGSRECHNUNG

					Kumuliertes sonstiges Ergebnis							
in Mio Euro	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Erwirtschaftetes Konzerneigenkapital	Eigene Anteile	Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnung	Bewertung von Cashflow-Hedges	Neubewertung von Versorgungsplänen	Latente Steuern	Sonstiges Eigenkapital	Anteil der Gesellschafter der ProSieben Sat.1 Media SE	Anteil anderer Gesellschafter	Eigenkapital
31. Dezember 2019	233	1.045	25	−63	15	70	−14	−16	−236	1.059	229	1.288
Konzernergebnis	—	—	267	—	—	—	—	—	—	267	−15	252
Sonstiges Ergebnis	—	—	—	—	−48	−70	−1	20	—	−99	−8	−108
Konzern-Gesamtergebnis	**—**	**—**	**267**	**—**	**−48**	**−70**	**−1**	**20**	**—**	**167**	**−23**	**144**
Dividenden	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	−5	−5
Sonstige Veränderungen	—	0	−1	1	—	—	—	—	107	107	152	259
31. Dezember 2020	**233**	**1.045**	**290**	**−62**	**−33**	**0**	**−15**	**4**	**−129**	**1.333**	**354**	**1.687**

					Kumuliertes sonstiges Ergebnis							
in Mio Euro	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Erwirtschaftetes Konzerneigenkapital	Eigene Anteile	Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnung	Bewertung von Cashflow-Hedges	Neubewertung von Versorgungsplänen	Latente Steuern	Sonstiges Eigenkapital	Anteil der Gesellschafter der ProSieben Sat.1 Media SE	Anteil anderer Gesellschafter	Eigenkapital
31. Dezember 2020	233	1.045	290	−62	−33	0	−15	4	−129	1.333	354	1.687
Konzernergebnis	—	—	449	—	—	—	—	—	—	449	−7	442
Sonstiges Ergebnis	—	—	—	—	55	47	0	−13	—	89	17	106
Konzern-Gesamtergebnis	**—**	**—**	**449**	**—**	**55**	**47**	**0**	**−13**	**—**	**538**	**10**	**548**
Dividenden	—	—	−111	—	—	—	—	—	—	−111	−23	−134
Sonstige Veränderungen	—	0	0	1	—	—	—	—	−7	−6	3	−3
31. Dezember 2021	**233**	**1.046**	**629**	**−62**	**22**	**47**	**−15**	**−9**	**−136**	**1.755**	**343**	**2.099**

KONZERN-ANHANG

KONZERN-ANHANG

GRUNDLAGEN DES KONZERNABSCHLUSSES

1 / Allgemeine Angaben

Der Konzernabschluss zum 31. Dezember 2021 stellt die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage sowie die Cashflows der ProSiebenSat.1 Media SE und ihrer Tochterunternehmen (zusammen „das Unternehmen", „der Konzern" oder „ProSiebenSat.1 Group") dar.

Die ProSiebenSat.1 Media SE mit Sitz in Unterföhring ist eine börsennotierte Aktiengesellschaft nach europäischem Recht und unter der Firma ProSiebenSat.1 Media SE beim Amtsgericht München, Deutschland (HRB 219 439) eingetragen. Sie ist das Mutterunternehmen der ProSiebenSat.1 Group und vereint mit ihren Tochtergesellschaften als innovativer Digitalkonzern Entertainment-Marken mit einem Dating & Video- sowie Commerce & Ventures-Portfolio unter einem Dach.

Der Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Group für das am 31. Dezember 2021 endende Geschäftsjahr wurde in Übereinstimmung mit den am Abschlussstichtag gültigen International Financial Reporting Standards („IFRS"), wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind, und den nach § 315e Abs. 1 HGB ergänzend zu beachtenden handelsrechtlichen Vorschriften am 1. März 2022 durch den Vorstand aufgestellt.

Die ProSiebenSat.1 Media SE erstellt und veröffentlicht ihren Konzernabschluss in Euro. Aufgrund von Rundungen addieren sich Zahlen gegebenenfalls nicht exakt zu den angegebenen Summen auf.

2 / Bilanzierungsgrundsätze

A) ANNAHMEN, SCHÄTZUNGEN UND ERMESSENSENTSCHEIDUNGEN

Bei der Aufstellung des Konzernabschlusses sind Annahmen, Schätzungen und Ermessensentscheidungen erforderlich, welche einer fortlaufenden Überprüfung unterliegen und die sich auf die Bewertung von Vermögenswerten und Schulden sowie auf die Höhe der Aufwendungen und Erträge auswirken können. Hierbei finden die am Abschlussstichtag vorliegenden Umstände ebenso Berücksichtigung wie die bis zur Freigabe des Abschlusses zur Veröffentlichung erlangten Erkenntnisse und Erwartungen über die Entwicklung des unternehmensspezifischen sowie des globalen und makroökonomischen Umfelds innerhalb der Branche. Weicht die tatsächliche Entwicklung von den Prognosen ab, können die Buchwerte von Vermögenswerten und Schulden anzupassen und zusätzliche Aufwendungen und Erträge zu erfassen sein. Die ProSiebenSat.1 Group berücksichtigt derartige Schätzungsänderungen unmittelbar erfolgswirksam ohne Anpassung der Vorjahreswerte.

Im Geschäftsjahr 2021 war das geschäftliche und wirtschaftliche Umfeld der ProSiebenSat.1 Group zum Teil weiterhin von den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie beeinträchtigt. Über die Konjunkturentwicklung in den kommenden Geschäftsjahren bestehen zum Stichtag Unsicherheiten, da diese stark vom weiteren Pandemieverlauf und den sich daraus ergebenden wirtschaftlichen Entwicklungen abhängig sind. Deutliche Fortschritte konnten durch die Verfügbarkeit verschiedener Impfstoffe, steigende Impfquoten sowie in der Entwicklung therapiebegleitender Medikamente erzielt werden. Dem steht allerdings das Aufkommen neuer Virus-Varianten mit ungewissen Folgen für Krankheitsausbrüche und -verläufe gegenüber. Daher bleibt es schwierig, die mittel- bzw. langfristige Dauer und Umfang der Auswirkungen der Pandemie auf Vermögenswerte, Schulden, Ergebnisse und Cashflows des Konzerns vorherzusagen.

Im Rahmen der Erstellung des Konzernabschlusses zum 31. Dezember 2021 wurden die COVID-19-Pandemie und die damit einhergehenden wesentlichen Unsicherheiten, sofern relevant, bei Annahmen, Schätzungen und Ermessensentscheidungen berücksichtigt. Die getroffenen Annahmen, Schätzungen und Ermessensentscheidungen basieren auf dem zum Abschlussstichtag vorhandenen Wissensstand und den verfügbaren Informationen, unter Berücksichtigung werterhellender Erkenntnisse bis zum Aufstellungszeitpunkt des Konzernabschlusses (1. März 2022).

Im Geschäftsjahr 2021 führte die COVID-19-Pandemie, ebenso wie im Vorjahr, zu keinen wesentlichen Anpassungen der Buchwerte der ausgewiesenen Vermögenswerte und Schulden. Im Besonderen wurden bei der Beurteilung der Werthaltigkeit von Vermögenswerten (insbesondere der Geschäfts- oder Firmenwerte, der sonstigen immateriellen Vermögenswerte, des Programmvermögens, der sonstigen Eigenkapitalinstrumente und der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen) sowie bei der Bewertung der Verbindlichkeiten aus Put-Optionen mögliche Auswirkungen der COVID-19-Pandemie berücksichtigt. Weiterführende Angaben zu den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie und die damit einhergehend getroffenen Annahmen des Managements finden sich im
→ Konzernlagebericht

Als Digitalkonzern agiert die ProSiebenSat.1 Group nicht in einem Industriesektor mit großem Ressourceneinsatz und hoher Energieintensität. Daher sind die Auswirkungen des Klimawandels auf den Konzern eher indirekt, sie machen sich beispielsweise in Form von Veränderungen der gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen bemerkbar. Potenzielle Effekte auf Vermögenswerte, Schulden, Ergebnisse bzw. Cashflows werden bezüglich ihrer Wesentlichkeit beurteilt und im Rahmen der in den Konzernabschluss einfließenden Annahmen, Schätzungen und Ermessensentscheidungen angemessen berücksichtigt. Im Berichtsjahr, ebenso wie im Vorjahr, hatten klimabezogene Sachverhalte jedoch keine Auswirkungen auf den Konzernabschluss.

Wesentliche Annahmen, Schätzungen und Ermessensentscheidungen sind insbesondere bei den folgenden bilanziellen Sachverhalten erforderlich und werden weiter unten in diesem Kapitel sowie unter den entsprechenden Ziffern näher erläutert:

- Ansatz und Bewertung von Vermögenswerten, insbesondere Geschäfts- oder Firmenwerten und sonstigen immateriellen Vermögenswerten, sowie Verbindlichkeiten aus Unternehmenszusammenschlüssen,
  → Ziffer 17 „Geschäfts- oder Firmenwerte“ → Ziffer 19 „Sonstige immaterielle Vermögenswerte“
  → Ziffer 33 „Erläuterungen zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“
- Beurteilung der Werthaltigkeit von Geschäfts- oder Firmenwerten und von sonstigen immateriellen Vermögenswerten mit unbestimmter Nutzungsdauer, insbesondere Marken,
  → Ziffer 17 „Geschäfts- oder Firmenwerte“ → Ziffer 19 „Sonstige immaterielle Vermögenswerte“
- Beurteilung des Vorliegens von Beherrschung anderer Unternehmen bei der Abgrenzung des Konsolidierungskreises,
  → Ziffer 4 „Konsolidierungskreis“
- Umsatzrealisierung,
  → Ziffer 6 „Umsatzerlöse“
- Ansatz und Bewertung von Programmvermögen,
  → Ziffer 18 „Programmvermögen“
- Bewertung von Finanzinstrumenten und Leasingverbindlichkeiten,
  → Ziffer 23 „Forderungen und sonstige finanzielle Vermögenswerte“ → Ziffer 29 „Finanzielle Verbindlichkeiten“
  → Ziffer 33 „Erläuterungen zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“

– Ansatz und Bewertung von Rückstellungen, einschließlich Rückstellungen für anteils- und leistungsbasierte Vergütungen,
→ Ziffer 28 „Sonstige Rückstellungen“ → Ziffer 35 „Anteils- und leistungsbasierte Vergütung“

– Einschätzung zukünftiger Steuerentlastungen sowie unsicherer Steuerpositionen.
→ Ziffer 14 „Ertragsteuern“

B) ALLGEMEINE GRUNDLAGEN

Die im Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2021 angewendeten Rechnungslegungsmethoden entsprechen, mit Ausnahme der in Ziffer 3 „Änderungen von Rechnungslegungsvorschriften“ beschriebenen Anpassungen, denen des Vorjahrs.

Die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung wird nach dem Umsatzkostenverfahren erstellt.

Die Konzernbilanz der ProSiebenSat.1 Group ist nach der Fristigkeit der erfassten Vermögenswerte und Schulden gegliedert. Vermögenswerte gelten generell als kurzfristig, wenn sie innerhalb eines Jahres oder innerhalb des normalen Geschäftszyklus realisiert werden. Verbindlichkeiten gelten generell als kurzfristig, wenn sie innerhalb eines Jahres oder innerhalb des normalen Geschäftszyklus fällig werden oder aufgrund von nicht durch den Konzern kontrollierbaren Umständen und Handlungen Dritter fällig werden können.

Latente Ertragsteueransprüche bzw. -schulden werden ebenso wie Pensionsrückstellungen stets als langfristig klassifiziert.

Der Konzernabschluss basiert auf dem Grundsatz historischer Anschaffungs- und Herstellungskosten. Ausgenommen hiervon sind lediglich Positionen, die zum beizulegenden Zeitwert (Fair Value) ausgewiesen werden, darunter insbesondere bestimmte Finanzinstrumente.

C) FREMDWÄHRUNGSUMRECHNUNG

Geschäftsvorfälle in fremder Währung werden mit den Kursen zum Transaktionszeitpunkt bzw. mit Durchschnittskursen in die funktionale Währung des jeweiligen Konzernunternehmens umgerechnet.

Bei vollkonsolidierten Tochterunternehmen, deren funktionale Währung nicht der Euro ist, werden die Vermögenswerte und Verbindlichkeiten mit den Kursen zum Abschlussstichtag, das Eigenkapital mit historischen Kursen und Aufwendungen und Erträge zum Jahresdurchschnittskurs umgerechnet. Hieraus resultierende Differenzen erfasst der Konzern zunächst direkt im Eigenkapital. Im Fall eines späteren Beherrschungsverlusts werden sie erfolgswirksam umgegliedert und als Teil des Veräußerungsgewinns oder -verlusts erfasst.

Für die Umrechnung der wesentlichen Währungen in die Berichtswährung kamen die folgenden Wechselkurse zur Anwendung:

WECHSELKURSE

		Stichtagskurs		Durchschnittskurs	
1 EUR	Währung	**31.12.2021**	31.12.2020	**2021**	2020
Großbritannien	GBP	0,8400	0,8996	0,8596	0,8895
Schweiz	CHF	1,0333	1,0811	1,0812	1,0704
Vereinigte Staaten von Amerika	USD	1,1320	1,2275	1,1827	1,1418

D) KONSOLIDIERUNG

In den Konzernabschluss werden die ProSiebenSat.1 Media SE sowie alle wesentlichen von ihr beherrschten Tochterunternehmen einbezogen. Der Konzern beherrscht Unternehmen, wenn er aufgrund bestehender Rechte die gegenwärtige Fähigkeit zur Lenkung der maßgeblichen Tätigkeiten besitzt, schwankenden Renditen aus dem Beteiligungsengagement ausgesetzt ist bzw. Anrechte darauf hat und die Höhe dieser Rückflüsse aufgrund der bestehenden Verfügungsgewalt beeinflussen kann. Hierbei sind in Einzelfällen Ermessensentscheidungen bei der Identifikation der beherrschungsrelevanten Tätigkeiten bei Projektgesellschaften unter Einbeziehung Dritter im Rahmen von Film- und Serien-Koproduktionen notwendig.

Konzerninterne Salden, Aufwendungen und Erträge werden unter Berücksichtigung gegebenenfalls erforderlicher Steuerlatenzierung eliminiert.

Die Erstkonsolidierung von Tochterunternehmen erfolgt nach der Erwerbsmethode, wobei die erworbenen Vermögenswerte und übernommenen Schulden mit ihren beizulegenden Zeitwerten zum Erwerbszeitpunkt erfasst werden. Mit deren Ermittlung beauftragt der Konzern externe, unabhängige Gutachter:innen. Übersteigt die Summe aus hingegebener Gegenleistung, beizulegendem Zeitwert gegebenenfalls bereits gehaltener Anteile und Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter den beizulegenden Zeitwert des erworbenen Nettovermögens, wird der Unterschiedsbetrag als Geschäfts- oder Firmenwert angesetzt. Anteile nicht beherrschender Gesellschafter werden zum Erwerbszeitpunkt mit ihrem Anteil am identifizierbaren Nettovermögen des erworbenen Unternehmens bewertet.

Gewährt der Konzern im Rahmen eines Unternehmenserwerbes nicht beherrschenden Gesellschaftern Put-Optionen über deren ausstehende Anteile, wird dies bilanziell wie ein sofortiger Erwerb dieser Anteile erfasst (Anticipated-Acquisition-Methode). Zum Ausweis von Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter im Eigenkapital kommt es in diesem Fall nicht. Stattdessen wird der Barwert der bei Ausübung der Option für die Anteile zu entrichtenden Gegenleistung passiviert und in der Folge erfolgswirksam fortgeschrieben.

Anteilstransaktionen mit nicht beherrschenden Gesellschaftern, die nicht zu einem Verlust der Beherrschung führen, erfasst der Konzern erfolgsneutral als Eigenkapitaltransaktionen.

Anteile an Unternehmen, auf deren Geschäftspolitik der Konzern keine Beherrschung, sondern lediglich maßgeblichen Einfluss ausübt bzw. ausüben kann („assoziierte Unternehmen") oder die zusammen mit anderen Investor:innen gemeinschaftlich beherrscht werden („Gemeinschaftsunternehmen"), werden nach der Equity-Methode bilanziert.

Erlangt die ProSiebenSat.1 Media SE durch den Erwerb weiterer Anteile an assoziierten Unternehmen bzw. an Gemeinschaftsunternehmen die Beherrschung über derartige Unternehmen, werden sie von diesem Zeitpunkt an als Tochterunternehmen vollkonsolidiert. Die bisher gehaltenen Anteile werden in Höhe ihres beizulegenden Zeitwerts als Teil der für die Anteile am Tochterunternehmen hingegebenen Gegenleistung behandelt. Weicht der beizulegende Zeitwert vom Buchwert der Anteile ab, erfasst der Konzern die Differenz erfolgswirksam.

Das Geschäftsjahr der ProSiebenSat.1 Media SE und aller in den Konzernabschluss einbezogenen Tochterunternehmen entspricht dem Kalenderjahr.

E) ANSATZ UND BEWERTUNG

ZUSAMMENFASSUNG WESENTLICHER BEWERTUNGSMASSSTÄBE

Posten	Wertmaßstab
VERMÖGENSWERTE	
Geschäfts- oder Firmenwerte	Anschaffungskosten (Folgebewertung: Werthaltigkeitstest)
Sonstige immaterielle Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer	Anschaffungskosten (Folgebewertung: Werthaltigkeitstest)
Sonstige immaterielle Vermögenswerte mit bestimmter Nutzungsdauer	(Fortgeführte) Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten
Sachanlagen	(Fortgeführte) Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten
Programmvermögen	(Fortgeführte) Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten
At-Equity bewertete Anteile	Equity Methode
Finanzielle Vermögenswerte	
Darlehen und Forderungen	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
Wertpapiere und Sonstige Eigenkapitalbeteiligungen	Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert
Derivate	Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	Anschaffungskosten
VERBINDLICHKEITEN UND RÜCKSTELLUNGEN	
Darlehen und Kredite	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
Rückstellungen für Pensionen	Anwartschaftsbarwertverfahren (Projected Unit Credit Method)
Sonstige Rückstellungen	Erfüllungsbetrag (Barwert sofern langfristig)
Finanzielle Verbindlichkeiten	(Fortgeführte) Anschaffungskosten bzw. beizulegender Zeitwert
Sonstige Verbindlichkeiten	Erfüllungsbetrag (Barwert sofern langfristig)

Umsatzerlöse

Die folgende Tabelle gibt Auskunft über die wesentlichen Umsatzerlöskategorien bzw. Geschäftsmodelle der ProSiebenSat.1 Group sowie über die Art und Weise, wie die Umsatzerlöse erfasst werden:

REALISATION VON UMSATZERLÖSEN

Umsatzkategorie	Geschäftsmodell	Erfassung von Umsatzerlösen
Werbeerlöse	Vermarktung von klassischen Werbespots, Sponsorings, Special Creations und auf die Zuschauer:innen zugeschnittenen Werbeangeboten im Free-TV sowie Verbreitung und Verkauf von Online-Werbung (Werbeerlöse aus dem Verkauf von Werbezeiten)	Ausstrahlung Werbespot (zeitpunktbezogen)
	Ausstrahlung von Restwerbezeiten im Free-TV sowie Platzierung von Online-Werbung gegen fixe Vergütung zuzüglich einer variablen, vom Umsatz der Vertragspartner abhängigen Komponente (Media-for-Revenue)	Ausstrahlung Werbespot; variable Anteile bei Erhalt der erforderlichen Zielerreichungsdokumentation der Vertragspartner (zeitpunktbezogen)
	Ausstrahlung von Restwerbezeiten im Free-TV sowie Platzierung von Online-Werbung gegen Eigenkapital oder eigenkapitalähnliche Instrumente der Vertragspartner (Media-for-Equity)	Ausstrahlung Werbespot (zeitpunktbezogen)
	Multi-Channel-Network-Vermarktung von Web-Video- und/oder Social-Media-Künstler:innen (Studio71)	Erbringung der Vermarktungsleistung (zeitpunktbezogen)
Distribution	Vertrieb von Free- und Pay-TV-Inhalten im Kabel-, Satelliten-, IPTV- und DVBT-Bereich	Bereitstellung des TV-Signals (zeitraumbezogen)
Content	Produktion von Programminhalten wie TV-Formate und Serien (Production)	Nach Fortschritt der Leistungserbringung (zeitraumbezogen)
	Verkauf/Lizenzierung von Programmvermögen innerhalb von Lizenzgebieten (Global Sales und sonstige Programmverkäufe)	Lizenzbeginn und Lieferung des sendefähigen Materials (zeitpunktbezogen)
Dating	Vertrieb von Abonnement- und In-App-Angeboten auf eigenen Dating-Plattformen an Endkunden (B2C); Vermarktung von In-App-Marketingleistungen an Werbepartner (B2B)	Geschuldete Einmalleistungen bei Leistungserbringung (zeitpunktbezogen), Dauerleistungen (Abonnements/Verbrauch von Credits) über die Laufzeit/Nutzungsdauer (zeitraumbezogen)
Video	Monetarisierung von Video- und Live-Entertainment-Angeboten in Form des sog. own-and-operated-business über eigene Online-Plattformen (B2C) sowie deren Vermarktung über Drittpartner-Plattformen mittels video-Platform-as-a-Service-Verträgen (B2B); Vermarktung von In-App-Marketingleistungen an Werbepartner (B2B)	Dauerleistungen (Verbrauch von Credits) über die Laufzeit/Nutzungsdauer (zeitraumbezogen)
Consumer Advice	Vermittlung von Verträgen zwischen Primär-Dienstleistern und Endkund:innen in den Bereichen Haushalt, Immobilienverkauf, Mietwagen, Versicherungen, Energieversorgung, Mobilfunk und Finanzdienstleistungen über Online-Portale	Übermittlung der Kund:innendaten bzw. Beginn der Leistungserbringung durch die Partner (zeitpunktbezogen)
Experiences	Verkauf von Event-Gutscheinen	Vermittlungsprovision: Bei Freischaltung und Bereitstellung des Gutscheins (zeitpunktbezogen), Zahlungen für Gutscheine, die aufgrund historischer Erfahrungswerte nicht eingelöst werden: Bei Verkauf des Gutscheins (zeitpunktbezogen)
Beauty & Lifestyle	Verkauf von Produkten über Online-Portale und stationären Handel bzw. Betrieb von werbefinanzierten Suchmaschinen im Bereich Mode und Einrichtung	Übergabe der Waren an die Endkund:innen unter Berücksichtigung von Rückgaberechten (zeitpunktbezogen) bzw. zugriffsbasiert im „Cost-per-Click"- Verfahren (zeitpunktbezogen)

Im Free-TV- und Online-Video-Geschäft des Konzerns werden Umsatzerlöse insbesondere in Form von Werbeerlösen, das heißt aus dem Verkauf von Werbezeiten, erzielt. Werbeerlöse werden in Form klassischer Werbespots, aber auch durch Werbeformen generiert, die eine engere Verknüpfung von Programm und Werbung erlauben, wie Sponsorings, Special Creations (maßgeschneiderte Werbekampagnen nach individuellen Kund:innenbedürfnissen) und TV-Werbung, die zielgruppenspezifisch auf die jeweiligen Zuschauer:innen zugeschnitten wird. Bei Werbeerlösen handelt es sich um Nettoerlöse nach Abzug von Skonti, Agenturprovisionen und Bar-Rabatten sowie Umsatzsteuer. Fernseh-Werbeerlöse erfasst der Konzern, wenn die zugrundeliegenden Werbespots bei den konzerneigenen Fernsehsendern gesendet wurden. Unentgeltlich zu erbringende Werbeleistungen werden als separate Leistungsverpflichtung behandelt. Bei deren Erfüllung wird der anteilig auf diese Leistungsverpflichtung entfallende Umsatz erfasst. Darüber hinaus erwirtschaftet der Konzern Online-Werbeerlöse. Diese enthalten Umsätze aus der Vermarktung von digitalen Angeboten des Konzerns und von externen Dritten. Online-Werbeerlöse werden bei Erbringung der Werbeleistung bzw. bei Auslieferung der Ad Impressions auf den digitalen Kanälen erfasst.

Wird bei Werbeleistungen eine Umsatzbeteiligung vereinbart („Media-for-Revenue"), werden variable, auf der Erreichung bzw. Überschreitung vertraglicher Umsatz- oder Ergebnisziele durch die Vertragspartner basierende Erlösbestandteile vom Konzern als Umsatzerlöse erfasst, soweit sich deren Höhe verlässlich schätzen lässt und eine zukünftige Stornierung der zu erfassenden Umsatzerlöse unwahrscheinlich ist. Dies ist der Fall, wenn die erforderliche Zielerreichungsdokumentation der Vertragspartner vorliegt.

Vereinbaren der Konzern und die Vertragspartner die Erbringung von Werbeleistungen im Gegenzug für den Erwerb von Unternehmensbeteiligungen oder eigenkapitalähnlichen Instrumenten („Media-for-Equity"), wird zum Zeitpunkt der Ersterfassung dieser Instrumente eine entsprechende Verpflichtung zur Ausstrahlung der zugesagten Werbespots passiviert und bei Ausstrahlung der vereinbarten Werbespots als Umsatzerlöse erfasst. Die Behandlung von Online-Werbung erfolgt in gleicher Weise. Die erhaltenen Finanzinstrumente stellen finanzielle Vermögenswerte dar, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bilanziert werden. Da es sich bei Media-for-Equity-Transaktionen um unbare Tauschgeschäfte handelt, bleibt die Kapitalflussrechnung davon unberührt.

Darüber hinaus enthalten die Werbeerlöse auch die Umsätze der Digital Media & Entertainment-Company Studio71. Hier werden Online-Video-Konzepte für Content-Creators entwickelt und deren digitale Auftritte auf Plattformen wie YouTube, Facebook und Instagram vermarktet und distribuiert. Die Umsatzerlöserfassung erfolgt im Wesentlichen zeitpunktbezogen mit Erbringung der Leistung.

In der Umsatzkategorie Distribution überträgt der Konzern TV-Signale (Free-TV und Pay-TV) an Satelliten-, Kabel- und Internet-Anbieter, die sie wiederum ihren Endkund:innen in der Regel gegen monatliche Gebühren zur Verfügung stellen. Die vom Konzern vereinnahmten Erlöse bemessen sich überwiegend nach der Anzahl der von den Anbietern im jeweiligen Abrechnungsmonat erreichten Endkund:innen. Da die Ausstrahlung der Signale an die Vertragspartner und deren Nutzung durch die Vertragspartner gleichzeitig erfolgt, erfasst der Konzern die Umsatzerlöse zeitraumbezogen.

Im Geschäftsmodell Production der Umsatzkategorie Content werden Umsätze zeitraumbezogen erfasst, da die von der ProSiebenSat.1 Group über einen längeren Zeitraum hinweg produzierten Inhalte in der Regel aufgrund vertraglicher Bestimmungen nicht alternativ genutzt werden können und Rechtsansprüche auf Bezahlung bereits erbrachter Produktionsleistungen bestehen. Die Umsatzrealisierung erfolgt bei Auftragsproduktionen nach Maßgabe des Fertigstellungsgrads, sofern die erwarteten vertraglichen Umsätze und dazugehörigen Kosten verlässlich geschätzt werden können. Der Fertigstellungsgrad ergibt sich aus dem Verhältnis der angefallenen zu den geschätzten gesamten Auftragskosten. Angewendet auf die jeweiligen geplanten Gesamterlöse ergeben sich dadurch die in der Periode zu erfassenden Umsatzerlöse. Sofern die erwarteten Gesamterlöse oder Gesamtkosten nicht verlässlich geschätzt werden können, erfolgt die Realisierung der Umsatzerlöse nur in Höhe der angefallenen Auftragskosten. Die Auftragskosten werden in der Periode ihres Anfalls im Aufwand erfasst. Ist absehbar, dass die gesamten Auftragskosten die erwarteten Umsatzerlöse übersteigen, erfasst der Konzern den erwarteten Verlust unmittelbar als Aufwand. Im Geschäftsmodell Global Sales und sonstige Programmverkäufe der Umsatzkategorie Content werden Programmsenderechte für bestimmte Lizenzgebiete und -zeiträume veräußert. Die Umsatzerlösrealisierung erfolgt zeitpunktbezogen bei Lizenzbeginn und Lieferung des sendefähigen Materials.

In der Umsatzkategorie Dating werden im Bereich Matchmaking Leistungsverpflichtungen mit Lieferungscharakter (Persönlichkeitsgutachten und Profilberatung) zeitpunktbezogen und Leistungsverpflichtungen mit Abonnement-Charakter (Zugang zur Online-Plattform) zeitraumbezogen über die Vertragslaufzeit realisiert. Der Gesamttransaktionspreis wird nach Maßgabe relativer Einzelveräußerungspreise auf die einzelnen Leistungsverpflichtungen aufgeteilt.

In der Kategorie Video wird die technische Infrastruktur im Rahmen von video-Platform-as-a-Service-Vereinbarungen Nutzer:innen auf bestimmten Drittplattformen zugänglich gemacht. Basis für die Erlösrealisierung bildet der Verbrauch von Credits auf der jeweiligen Drittplattform.

In beiden Umsatzkategorien Dating und Video haben Kund:innen zudem die Möglichkeit auf den eigenen Online-Portalen Werteinheiten käuflich zu erwerben. Hierbei handelt es sich um sogenannte „Credits", „Points", „Gold" oder „Icebreakers" (nachfolgend allgemein vereinfachend als „Credits" bezeichnet), die von den Nutzer:innen für die Freischaltung von Premiumfunktionen eingesetzt oder in virtuelle Präsente („virtual gifts") getauscht und über die Plattform an andere Nutzer:innen verschenkt werden können. Die Erlösrealisierung richtet sich jeweils nach dem durchschnittlichen Verbrauch erworbener Credits im Zeitverlauf. Weiterhin werden sowohl in der Kategorie Dating als auch in der Kategorie Video Umsätze aus InApp-Marketingleistungen realisiert.

Umsatzerlöse in der Kategorie Consumer Advice, insbesondere in den Bereichen Haushalt, Immobilienverkauf, Mietwagen, Veranstaltungen und Events, Versicherungen, Energieversorgung, Mobilfunk und Finanzdienstleistungen, werden in Höhe der mit den Vertragspartnern, also den Erbringern der primären Dienstleistungen gegenüber den Endkund:innen, vereinbarten Gebühr erfasst. Dies geschieht unter Berücksichtigung von Stornoquoten, sofern diese verlässlich bestimmbar sind. Die Umsatzerfassung erfolgt je nach Vertragsgestaltung mit Übermittlung der Kund:innendaten an die Erbringer der primären Dienstleistungen, anderenfalls mit Erhalt eines Nachweises über den Vertragsabschluss bzw. über den Beginn der Leistungserbringung durch die Vertragspartner.

Als Besonderheit des Verkaufs von Event-Gutscheinen (Experiences) beinhalten die von den Endkund:innen vereinnahmten Zahlungen sowohl die Vermittlungsprovision als auch den Veranstaltungspreis. Die vereinnahmte Zahlung wird zunächst vollständig als Verbindlichkeit erfasst. Bei Freischaltung und Bereitstellung des Gutscheins werden Umsatzerlöse in Höhe der mit dem Veranstalter vereinbarten Vermittlungsprovision realisiert. Zahlungen für Gutscheine, die aufgrund historischer Erfahrungswerte nicht eingelöst werden, werden in voller Höhe als Umsatz realisiert. Der verbleibende Teil der Zahlungen der Endkund:innen wird zum Zeitpunkt der Veranstaltung an die Veranstalter:innen weitergeleitet.

Waren verkauft die ProSiebenSat.1 Group im Wesentlichen in der Kategorie Beauty & Lifestyle über Online-Portale und stationäre Händler. Die hieraus entstehenden Umsatzerlöse erfasst der Konzern zeitpunktbezogen bei Übergabe der Waren an die Kund:innen, unter Berücksichtigung von Rückgabequoten, sofern diese verlässlich bestimmbar sind. Für die erwarteten Erstattungszahlungen aus der Inanspruchnahme von gesetzlichen und freiwillig gewährten Rückgaberechten setzt der Konzern umsatzmindernd eine Rückerstattungsschuld an, deren Höhe sich an Erfahrungswerten orientiert. Im Gegenzug wird umsatzkostenmindernd für das Recht auf Rückerhalt der Ware ein Vermögenswert in Höhe des vorigen Buchwerts, gegebenenfalls gemindert um den erwarteten Wertverlust sowie um die erwarteten Kosten der Warenrücksendung, angesetzt. Der Ausweis dieses Vermögenswertes erfolgt unter den Vorräten.

Im Geschäftsmodell Werbefinanzierte Suchmaschinen werden Umsatzerlöse zugriffsbasiert im „Cost-per-Click"-Verfahren ermittelt und zeitpunktbezogen realisiert.

In allen Umsatzkategorien bestimmt sich der Transaktionspreis nach den vertraglich vereinbarten Konditionen. In einigen Fällen werden neben fixen Zahlungen auch variable Gegenleistungen vereinbart. Diese werden nur in dem Umfang als Erlöse erfasst, der eine spätere Stornierung unwahrscheinlich erscheinen lässt.

Die Zahlungsbedingungen der Geschäftsmodelle sind weitestgehend kurzfristig ausgestaltet (in der Regel bis zu 30 Tagen). Bei der Veräußerung von Programmrechten, Studio71-Umsätzen und im Segment Dating & Video werden teilweise längere Zahlungsziele von bis zu 90 Tagen vereinbart. Bei Auftragsproduktionen und bei der Lizenzierung von Programmrechten werden Zahlungen in

der Regel kurzfristig nach Erreichen vertraglich vereinbarter Meilensteine fällig, die Anzahl der vereinbarten Raten variiert vertragsindividuell. Im Segment Dating & Video werden auch monatliche Ratenzahlungen vereinbart. Wesentliche Finanzierungskomponenten im Sinne des IFRS 15 bestehen nicht.

Betriebliche Aufwendungen

Betriebliche Aufwendungen erfasst der Konzern nach Funktionsbereichen. Abschreibungen und Wertminderungen von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen sind in den Funktionskosten entsprechend der Nutzung der Vermögenswerte enthalten. Wertminderungen auf Marken mit unbestimmter Nutzungsdauer und auf Geschäfts- oder Firmenwerte werden in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen erfasst.

Ertragsteuern

Als Ertragsteuern werden die in den einzelnen Ländern erhobenen Steuern auf den steuerpflichtigen Gewinn sowie die Veränderung der latenten Steuern ausgewiesen. Die Erfassung erfolgt auf Basis der am Abschlussstichtag gültigen bzw. verabschiedeten gesetzlichen Regelungen. Latente Steuern werden für abzugsfähige bzw. zu versteuernde temporäre Differenzen zwischen den Wertansätzen der Vermögenswerte und Schulden gemäß IFRS und ihren Steuerwerten gebildet. Zudem setzt der Konzern aktive latente Steuern für Steuervorteile aus wahrscheinlich nutzbaren steuerlichen Verlustvorträgen an.

Latente Steuern aus temporären Differenzen werden in Höhe des Nominalbetrags der voraussichtlichen Steuerbe- oder -entlastung angesetzt, die sich bei der Umkehrung der temporären Differenz ergibt. Ein Ansatz aktiver latenter Steuern erfolgt hierbei nur, soweit in Zukunft ausreichend zu versteuerndes Einkommen zu deren Nutzung zur Verfügung stehen wird.

Bei der Beurteilung der Werthaltigkeit latenter Steueransprüche werden die Ergebnisauswirkungen aus der Umkehrung von zu versteuernden temporären Differenzen, die geplanten Ergebnisse aus der operativen Geschäftstätigkeit sowie beabsichtigte steuerliche Gestaltungsmaßnahmen einbezogen. Die geplanten Ergebnisse basieren auf unternehmensinternen Prognosen über die zukünftige Ertragssituation der jeweiligen Konzerngesellschaft mit einem Planungshorizont von generell fünf Jahren. Der Konzern überprüft die der Steuerlatenzierung zugrunde gelegten Annahmen fortlaufend. Geänderte Annahmen oder veränderte Umstände können Anpassungen notwendig machen, die sich auf die Höhe der latenten Steueransprüche und -schulden sowie den latenten Steueraufwand auswirken können. Latente Steueransprüche und -schulden werden saldiert, soweit sie gegenüber derselben Steuerbehörde bestehen und der Anspruch zur Aufrechnung rechtlich durchsetzbar ist.

Laufende und latente Steuern erfasst der Konzern erfolgswirksam, es sei denn, dass die die Steuereffekte auslösenden Sachverhalte erfolgsneutral erfasst wurden.

Unsichere Steuerpositionen werden laufend analysiert. Wenn wahrscheinlich ist, dass die Steuerbehörden eine unsichere steuerliche Behandlung nicht akzeptieren werden, bildet der Konzern diese in der Regel mit der Methode des wahrscheinlichsten Betrags oder des Erwartungswertes der Steuerwirkung im Abschluss ab. Ändern sich die Einschätzungen zum Beispiel infolge von Feststellungen im Rahmen der Betriebsprüfung oder aktueller Rechtsprechung im zeitlichen Verlauf, ergeben sich auch entsprechende Auswirkungen auf die Höhe der als erforderlich einzuschätzenden Risikovorsorge. Unsicherheiten ergeben sich u. a. bei Sachverhalten, die in laufenden Betriebsprüfungen diskutiert werden, aber noch nicht zu finalen Feststellungen geführt haben oder die aufgrund strittiger Rechtslage oder neuer Rechtsprechung in Diskussion sind.

Aufgrund des Beschlusses des Bundesverfassungsgerichts vom 8. Juli 2021 (1 BvR 2237/14, 1 BvR 2422/17), mit dem die Verzinsung von Steuernachforderungen und Steuererstattungen mit jährlich 6 Prozent ab dem Jahr 2014 für verfassungswidrig erklärt wurde, hat der Konzern die

entsprechenden Steuerrückstellungen für Zinszeiträume ab 2019 in angemessener Höhe unterhalb des bisher gesetzlich geregelten Zinssatzes bewertet.

Ergebnis je Aktie

Das Ergebnis je Aktie entspricht dem Verhältnis aus dem den Gesellschaftern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnenden Konzernergebnis und der gewichteten durchschnittlichen Anzahl der während des Geschäftsjahres ausstehenden Aktien.

Für die Ermittlung des verwässerten Ergebnisses je Aktie wird die durchschnittliche Anzahl der ausgegebenen Aktien um die Anzahl aller potenziell verwässernden Aktien angepasst. Diese Verwässerungseffekte stammen bei der ProSiebenSat.1 Group aus der Ausgabe von Performance Share Units im Rahmen anteilsbasierter Vergütungspläne.

Geschäfts- oder Firmenwerte und sonstige immaterielle Vermögenswerte

Geschäfts- oder Firmenwerte werden zu Anschaffungskosten abzüglich kumulierter Wertminderungsaufwendungen angesetzt. Sie werden zum Erwerbszeitpunkt der zahlungsmittelgenerierenden Einheit oder der Gruppe zahlungsmittelgenerierender Einheiten zugeordnet, die erwartungsgemäß von den Synergien des Unternehmenszusammenschlusses profitiert, welche jeweils die unterste Ebene repräsentiert, auf der Geschäfts- oder Firmenwerte überwacht werden. Die zahlungsmittelgenerierenden Einheiten der ProSiebenSat.1 Group sind nach Geschäftsbereichen strukturiert.

Beim Verkauf von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten bzw. Teilen davon oder bei einer internen Reorganisation wird ein zum Verkaufszeitpunkt bzw. zum Zeitpunkt der Übertragung bestehender Geschäfts- oder Firmenwert nach Maßgabe relativer Werte auf die abgehenden und die verbleibenden Einheiten aufgeteilt. Geschäfts- oder Firmenwerte werden in der funktionalen Währung der erworbenen Einheit geführt.

Nicht im Kontext von Unternehmenszusammenschlüssen erworbene immaterielle Vermögenswerte werden zunächst zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten aktiviert.

Im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen identifizierte immaterielle Vermögenswerte erfasst der Konzern zum Erwerbsstichtag mit ihren beizulegenden Zeitwerten, bei deren Bewertung im Wesentlichen die folgenden Methoden zur Anwendung kommen:

ERMITTLUNG DES BEIZULEGENDEN ZEITWERTS IM RAHMEN DER KAUFPREISALLOKATION

Immaterieller Vermögenswert	Bewertungsmethode
Marken	Lizenzpreisanalogie
Kundenbeziehungen sowie sonstige vertragliche Beziehungen	Residualwertmethode
Genutzte Technologien	Reproduktionskostenmethode bzw. Lizenzpreisanalogie

Für Zwecke der Folgebewertung wird zwischen immateriellen Vermögenswerten mit bestimmter und solchen mit unbestimmter Nutzungsdauer unterschieden. Bei immateriellen Vermögenswerten mit unbestimmter Nutzungsdauer handelt es sich bei der ProSiebenSat.1 Group ausschließlich um etablierte Marken, die eine nachhaltige Marktführer- oder marktführerähnliche Position aufweisen. Sie werden nicht planmäßig abgeschrieben und unterliegen einem jährlichen Werthaltigkeitstest.

Die immateriellen Vermögenswerte mit bestimmter Nutzungsdauer beinhalten neben Marken, Software und Kundenbeziehungen im Wesentlichen zeitlich befristet erworbene Nutzungsrechte an Werbelizenzen zur Vermarktung von digitalen Angeboten externer Anbieter.

Nach der erstmaligen Erfassung werden die Anschaffungskosten nicht im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen erworbener immaterieller Vermögenswerte mit bestimmter

Nutzungsdauer um planmäßige Abschreibungen sowie gegebenenfalls erforderliche Wertminderungen fortgeschrieben.

Des Weiteren hält die ProSiebenSat.1 Group erworbene immaterielle Vermögenswerte mit einer grundsätzlich unbegrenzten Nutzungsdauer, die hinsichtlich ihrer Nutzung derzeit keinen wirtschaftlichen bzw. rechtlichen Restriktionen unterliegen. Soweit ihre Nutzungsdauer verlässlich schätzbar ist, werden sie als immaterielle Vermögenswerte mit bestimmter Nutzungsdauer über die erwartete wirtschaftliche Nutzungsdauer planmäßig abgeschrieben bzw. gegebenenfalls wertgemindert.

Identifizierbare selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte werden aktiviert, wenn sie einen künftigen Nutzenzufluss erwarten lassen und die Herstellungskosten verlässlich ermittelt werden können. Bei der Ermittlung der Herstellungskosten wird zwischen Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen unterschieden, wobei erstere stets mit der Entstehung als Aufwand erfasst werden. Entwicklungskosten werden nur dann als Teil der Herstellungskosten aktiviert, wenn das Produkt oder der Prozess technisch und wirtschaftlich realisierbar ist. Dazu müssen der Abschluss der Entwicklung und die anschließende Nutzung bzw. Veräußerung sowohl von technischer als auch finanzieller Seite sichergestellt und beabsichtigt sein. Ebenso muss die Marktfähigkeit des Produkts oder Prozesses nachgewiesen sein.

Dies ist bei selbst entwickelten Programmformaten erst zu einem sehr späten Prozesszeitpunkt der Fall, wenn das Format erfolgreich bei einem Abnehmer platziert werden kann. Aufwendungen für Formatentwicklungen erfüllen somit in der Regel nicht die Voraussetzungen für eine Aktivierung.

Die planmäßigen Abschreibungen werden entsprechend dem Nutzungsverlauf nach der linearen Methode vorgenommen, denen im Wesentlichen folgende wirtschaftliche Nutzungsdauern zugrunde liegen:

NUTZUNGSDAUERN DER IMMATERIELLEN VERMÖGENSWERTE

	Jahre
Marken mit bestimmter Nutzungsdauer	8-17
Kundenbeziehungen	1-15
Software	2-10
Lizenzen und andere Schutzrechte	10 bzw. Laufzeit der Lizenzverträge

Die Nutzungsdauern und Abschreibungsmethoden von immateriellen Vermögenswerten werden jährlich überprüft und bei geänderten Erwartungen entsprechend angepasst.

Sachanlagen

Sachanlagen werden zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten, vermindert um planmäßige Abschreibungen und Wertminderungen, bewertet. Der Konzern erfasst die planmäßigen Abschreibungen nach der linearen Methode. Den planmäßigen Abschreibungen liegen die folgenden erwarteten Nutzungsdauern zugrunde:

NUTZUNGSDAUERN DER SACHANLAGEN

	Jahre
Immobilien	3-50
Technische Anlagen	2-10
Betriebs- und Geschäftsausstattung	3-20

Die Nutzungsdauern und Abschreibungsmethoden der Sachanlagen werden jährlich überprüft und bei geänderten Erwartungen entsprechend angepasst.

Leasing

Nutzungsrechte aus Leasingverhältnissen bewertet der Konzern zu Anschaffungskosten, vermindert um planmäßige Abschreibungen und Wertminderungen. Leasingverbindlichkeiten in Höhe des Barwerts der voraussichtlich zu entrichtenden Leasingzahlungen werden zum Bereitstellungsdatum parallel zum Nutzungsrecht passiviert und in der Folge unter Verwendung des Grenzfremdkapitalzinssatzes nach der Effektivzinsmethode bewertet.

Aufwendungen für Leasingverhältnisse mit einer Laufzeit von nicht mehr als einem Jahr oder einem Neuwert des Leasingobjekts von nicht mehr als 5.000 Euro oder entsprechendem Fremdwährungsäquivalent erfasst der Konzern ebenso wie nutzungs- oder umsatzabhängige Leasingzahlungen periodengerecht als laufenden Aufwand in den Funktionskosten.

At-Equity bewertete Anteile

Hierunter fallen Anteile an assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen. Assoziierte Unternehmen sind Beteiligungen, bei der die ProSiebenSat.1 Group die Möglichkeit hat, maßgeblichen Einfluss auf die Geschäfts- und Finanzpolitik des Beteiligungsunternehmens auszuüben. Bei Gemeinschaftsunternehmen übt der Konzern zusammen mit anderen Investor:innen gemeinschaftliche Beherrschung aus. At-Equity bewertete Anteile werden zunächst zu Anschaffungskosten angesetzt, mit Ausnahme ursprünglich vollkonsolidierter Anteile an Tochterunternehmen, über die der Konzern die Beherrschung verliert, jedoch maßgeblichen Einfluss bzw. gemeinschaftliche Beherrschung zurückbehält. In diesem Fall erfolgt die Erfassung zum Zeitpunkt des Beherrschungsverlustes zum beizulegenden Zeitwert. Ein bei der erstmaligen Erfassung aufgedeckter Geschäfts- oder Firmenwert wird im Buchwert der Beteiligung ausgewiesen und weder planmäßig abgeschrieben noch einem gesonderten Wertminderungstest unterzogen.

Nach der Equity-Methode erfasst der Konzern nach dem erstmaligen Beteiligungsansatz die auf ihn entfallenden, erfolgswirksamen Ergebnisbestandteile des Beteiligungsunternehmens im Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen. Hierin enthalten sind auf den Konzern entfallende Effekte aus der Fortschreibung von beim Beteiligungserwerb aufgedeckten stillen Reserven. Vom Beteiligungsunternehmen erfolgsneutral erfasste Ergebnisbestandteile sind auch auf Ebene der ProSiebenSat.1 Group erfolgsneutral zu erfassen. Ergebniseffekte aus der Einbringung oder Veräußerung von Anteilen an Tochterunternehmen in bestehende Beteiligungen, die gemäß der Equity-Methode bewertet werden, werden in die Zwischenergebniseliminierung einbezogen.

Verluste eines nach der Equity-Methode bewerteten Beteiligungsunternehmens, die den Anteil des Konzerns am diesem übersteigen, werden nur dann erfasst, wenn der Konzern eine rechtliche oder faktische Verpflichtung zur Verlustübernahme bzw. zur Finanzierung eingegangen ist. Empfangene Ausschüttungen mindern den Beteiligungsbuchwert erfolgsneutral.

Bei Vorliegen entsprechender Indikatoren wird der gesamte Beteiligungsbuchwert einem Werthaltigkeitstest unterzogen und gegebenenfalls auf den niedrigeren erzielbaren Betrag abgewertet.

Programmvermögen

Programminhalte werden zu Anschaffungs- und Herstellungskosten, vermindert um planmäßige Abschreibungen und Wertminderungen, bilanziert. Dabei werden Spielfilme und Serien mit Beginn der vertraglichen Lizenzzeit aktiviert, Auftragsproduktionen mit Abnahme. Live-Inhalte, wie insbesondere Sportrechte, sowie Newsformate und einige Shows sind bis zur Ausstrahlung in den geleisteten Anzahlungen enthalten, werden als kurzfristiges Programmvermögen ausgewiesen und bei Ausstrahlung sofort aufwandswirksam als Werteverzehr in den Umsatzkosten erfasst.

Die planmäßigen Abschreibungen erfasst der Konzern degressiv über die Anzahl der vertraglichen bzw. geplanten Ausstrahlungen nach Maßgabe des mit der jeweiligen Ausstrahlung verbundenen erwarteten Zuschauerreichweitenpotenzials. Zur einmaligen Ausstrahlung vorgesehene

Auftragsproduktionen und Sportrechte werden bei Ausstrahlung in voller Höhe aufwandswirksam erfasst.

Wertminderungen auf Programmvermögen werden dann erfasst, wenn der Buchwert der Vermögenswerte durch die erwarteten Erlöse aus ihrer Verwertung nicht gedeckt ist. Anhaltspunkte hierfür können unter anderem schlechtere Verwertungsmöglichkeiten, veränderte Anforderungen aus dem Werbeumfeld, Anpassung der Programme an die Wünsche der Zielgruppen, medienrechtliche Einschränkungen bei der Einsetzbarkeit von Filmen, Auslaufen der Lizenzzeit vor Ausstrahlung oder die Nichtfortsetzung von Auftragsproduktionen sein. Programmvermögen, das die Aktivierungskriterien nicht mehr erfüllt, wird somit in voller Höhe wertgemindert.

Die Werthaltigkeitsbeurteilung des verbleibenden Programmvermögens folgt auf Ebene von Programmgruppen. Aufgrund des stark veränderten Markts für Bewegtbildangebote haben die Zuschauer:innen im Zeitablauf ihr Verhalten angepasst und bevorzugen andere Angebote im Free-TV als in der Vergangenheit. Die Sender der ProSiebenSat.1 Group berücksichtigen das angepasste Nutzungsverhalten in ihrer Strategie und Programmplanung. Dies wiederum beeinflusst das Planungs- und Einkaufsverhalten der Werbekund:innen und damit die Umsatzstruktur. Um diesen Anpassungen Rechnung zu tragen, hat der Konzern zum Ende des Berichtsjahres die Struktur der Programmgruppen zur Überprüfung der Werthaltigkeit des Programmvermögens umgestellt.

Wertminderung sonstiger nicht-finanzieller Vermögenswerte

Neben dem Programmvermögen werden Geschäfts- oder Firmenwerte, sonstige immaterielle Vermögenswerte, Sachanlagen und andere nicht finanzielle Vermögenswerte einem Werthaltigkeitstest unterzogen, wenn Hinweise vorliegen, dass der Buchwert nicht mindestens dem erzielbaren Betrag entspricht. Der erzielbare Betrag ermittelt sich als höherer Wert aus Nutzungswert und beizulegendem Zeitwert abzüglich Veräußerungskosten. Der Nutzungswert entspricht dem Barwert der künftigen Zahlungsströme, die durch die fortlaufende Nutzung des Vermögenswertes erwartet werden. Darüber hinaus sind immaterielle Vermögenswerte mit einer unbestimmten Nutzungsdauer, noch nicht nutzungsbereite sonstige immaterielle Vermögenswerte bzw. Anzahlungen hierauf und erworbene Geschäfts- oder Firmenwerte mindestens einmal jährlich einem Werthaltigkeitstest zu unterziehen.

Im Falle einer eingetretenen Wertminderung erfasst der Konzern den Differenzbetrag zwischen dem Buchwert und dem niedrigeren erzielbaren Betrag erfolgswirksam. Wertminderungen werden den relevanten Funktionskosten zugewiesen. Abweichend hiervon erfasst der Konzern Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte sowie auf Marken mit unbestimmter Nutzungsdauer in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen. Der erzielbare Betrag wird für jeden einzelnen Vermögenswert bestimmt, es sei denn, ein Vermögenswert erzeugt Zahlungsmittelzuflüsse, die nicht weitestgehend unabhängig von denen anderer Vermögenswerte oder zahlungsmittelgenerierender Einheiten sind. In diesen Fällen erfolgt die Überprüfung der Werthaltigkeit auf der jeweils kleinsten Ebene der zahlungsmittelgenerierenden Einheit, der ein Vermögenswert zuzuordnen ist.

Der Konzern bestimmt den erzielbaren Betrag grundsätzlich anhand von Bewertungsmethoden, die auf diskontierten Zahlungsströmen (Cashflows) basieren. Bei zahlungsmittelgenerierenden Einheiten bestimmt die ProSiebenSat.1 Group den jeweiligen erzielbaren Betrag zunächst als Nutzungswert und vergleicht diesen mit dem Buchwert des Bewertungsobjekts, einschließlich gegebenenfalls zuzuordnender Geschäfts- oder Firmenwerte. Die diskontierten Cashflows leitet die ProSiebenSat.1 Group aus den vom Management genehmigten Finanzplanungen ab, die einen Planungshorizont von fünf Jahren aufweisen. Cashflows jenseits der Planungsperiode werden unter Anwendung individueller Wachstumsraten extrapoliert, die jedoch nicht über die Inflationserwartungen für den jeweiligen Sektor hinausgehen. Die wichtigsten Annahmen, auf denen die Ableitung des Nutzungswerts basiert, betreffen zukünftige Cashflows, geschätzte Wachstumsraten, Steuersätze und gewichtete durchschnittliche Kapitalkosten.

Bei Wegfall der Gründe für eine Wertminderung erfasst der Konzern eine Wertaufholung für die betroffenen Vermögenswerte bis maximal zu den fortgeführten Anschaffungskosten. Davon abweichend unterliegen Geschäfts- oder Firmenwerte einem Wertaufholungsverbot.

Finanzinstrumente

Finanzinstrumente sind Verträge, die finanzielle Vermögenswerte einer Vertragspartei und finanzielle Verbindlichkeiten oder Eigenkapitalinstrumente der anderen Vertragspartei begründen. Der Konzern bilanziert marktübliche Käufe und Verkäufe von nicht-derivativen finanziellen Vermögenswerten zum Erfüllungstag, Derivategeschäfte zum Handelstag.

Finanzielle Vermögenswerte werden ausgebucht, wenn die vertraglichen Rechte hinsichtlich der Cashflows aus einem Vermögenswert auslaufen oder der Konzern die Rechte zum Erhalt der Cashflows in einer Transaktion überträgt, in der auch alle wesentlichen mit dem Eigentum des finanziellen Vermögenswertes verbundenen Risiken und Chancen übertragen werden. Etwaige bei der Ausbuchung entstehende Unterschiedsbeträge werden ergebniswirksam erfasst.

Finanzielle Verbindlichkeiten werden ausgebucht, wenn die vertraglichen Verpflichtungen erfüllt, aufgehoben oder ausgelaufen sind. Bei Anpassungen von Vertragsbedingungen oder Verlängerungen von Laufzeiten prüft der Konzern, ob diese die Vertragsbedingungen substanziell modifizieren. Ist dies der Fall, führen die Anpassungen oder Laufzeitverlängerungen zur Ausbuchung der ursprünglichen Verbindlichkeit und dem Ansatz einer neuen Verbindlichkeit. Eine Differenz zwischen dem Buchwert der ursprünglichen Verbindlichkeit und dem beizulegenden Zeitwert der neuen Verbindlichkeit sowie etwaige Bearbeitungs- und sonstige Transaktionskosten werden sofort ergebniswirksam erfasst.

Führen Anpassungen von Vertragsbedingungen nicht zu einer Ausbuchung eines zu fortgeführten Anschaffungskosten bewerteten Finanzinstruments (gleich, ob es sich um einen finanziellen Vermögenswert oder eine finanzielle Verbindlichkeit handelt), wird der neue Buchwert unter Verwendung des ursprünglichen Effektivzinssatzes als Barwert der neu verhandelten oder modifizierten Cashflows ermittelt und ein etwaiger Unterschiedsbetrag zum ursprünglichen Buchwert erfolgswirksam erfasst. Bearbeitungs- oder sonstige Transaktionskosten führen zu einer Anpassung des Buchwerts und werden nach der Effektivzinsmethode amortisiert.

Bewertung von Finanzinstrumenten

Der erstmalige Ansatz finanzieller Vermögenswerte erfolgt zum beizulegenden Zeitwert, mit Ausnahme von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und Vertragsvermögenswerten (nachfolgend als Vermögenswerte aus Umsatzverträgen mit Kund:innen zusammengefasst), welche zum Transaktionspreis gemäß IFRS 15 angesetzt werden.

Finanzielle Vermögenswerte und Schulden bewertet die ProSiebenSat.1 Group in der Folge entweder ergebniswirksam zum beizulegenden Zeitwert oder zu fortgeführten Anschaffungskosten.

Zu den Instrumenten, die nach dem erstmaligen Ansatz erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert („at fair value through profit or loss“) bilanziert werden, zählen im Wesentlichen (i) Anteile an Unternehmen, über die der Konzern weder Kontrolle, gemeinschaftliche Kontrolle noch maßgeblichen Einfluss ausübt, (ii) Fondsinvestments, (iii) derivative Finanzinstrumente, die sich nicht als Sicherungsgeschäfte im Rahmen einer bilanziellen Sicherungsbeziehung (sogenanntes „Hedge Accounting“) qualifizieren sowie (iv) Verbindlichkeiten aus bedingten Gegenleistungen aus Unternehmenszusammenschlüssen, insbesondere aus Put-Optionen oder Earn-Out-Klauseln.

Der beizulegende Zeitwert entspricht dem Markt- oder Börsenwert, sofern ein aktiver Markt für das jeweilige Instrument besteht. Andernfalls wird der beizulegende Zeitwert mittels finanzmathematischer Methoden ermittelt (zum Beispiel durch Diskontierung der zukünftigen Zahlungsströme mit dem Marktzinssatz). Bei Erstansatz entspricht der beizulegende Zeitwert in der Regel dem Transaktionspreis.

Die Ermittlung der beizulegenden Zeitwerte erfolgt je nach Art und in Abhängigkeit von der Marktgängigkeit des Instruments nach einer dreistufigen Bewertungshierarchie.
→ Ziffer 33 „Erläuterungen zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“

Risikovorsorge für Darlehen und Forderungen

Für zu fortgeführten Anschaffungskosten bilanzierte finanzielle Vermögenswerte bildet die ProSiebenSat.1 Group eine Risikovorsorge in Höhe der erwarteten Kreditverluste („expected credit losses“). Dies betrifft vor allem die Vermögenswerte aus Umsatzverträgen mit Kund:innen.

Die Risikovorsorge für diese Vermögenswerte erfasst, die während der Gesamtlaufzeit des Vermögenswerts erwarteten Kreditverluste („lifetime expected credit losses“) und wird auf Basis historischer und zukunftsorientierter Informationen anhand von Wertminderungsmatrizen („simplified approach“) gebildet.

Erwartete Kreditverluste auf Vermögenswerte aus Umsatzverträgen mit Kund:innen werden auf separaten Wertminderungskonten erfasst.

Bei allen anderen in den Anwendungsbereich der Wertminderungsvorschriften fallenden finanziellen Vermögenswerten – dies sind im Wesentlichen die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente – wird im Prinzip bei erstmaliger Erfassung eine Wertminderung zunächst in Höhe der in den kommenden zwölf Monaten erwarteten Kreditverluste („twelve-months expected credit losses“) berücksichtigt. Bei den Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten sind aufgrund hoher Liquidität und geringer Ausfallwahrscheinlichkeit die erwarteten Kreditverluste im Regelfall jedoch vernachlässigbar.

Bei einer nach der erstmaligen Erfassung eintretenden signifikanten Verschlechterung der Kreditqualität wird die Wertminderung angepasst und die über die gesamte vertragliche Laufzeit erwarteten Kreditverluste werden erfasst. Soweit finanzielle Vermögenswerte gegenüber Vertragsparteien bestehen, die über ein externes Bonitätsrating im Investment-Grade-Bereich verfügen, macht der Konzern von dem Wahlrecht Gebrauch, eine signifikante Verschlechterung der Kreditqualität auszuschließen, wenn das betreffende Instrument zum Abschlussstichtag ein niedriges Ausfallrisiko hat.

Ansonsten wird ein erhöhtes Ausfallrisiko grundsätzlich bei einer Überfälligkeit von mehr als 30 Tagen angenommen oder wenn der ProSiebenSat.1 Group anderweitig Hinweise für eine deutlich gesunkene Kreditwürdigkeit vorliegen. Dazu gehören Informationen über eine signifikante Herabstufung des Bonitätsratings oder Anzeichen stark erhöhter Verschuldung bzw. stark rückläufiger Betriebsergebnisse.

Für die Abschätzung der Kreditwürdigkeit werden, sofern für die jeweiligen Vertragspartner entsprechende Marktnotierungen aktuell verfügbar sind, laufzeitadäquate Credit Default Swap Spreads herangezogen.

Bei Eintritt eines Ausfallereignisses werden Forderungen einzelwertberichtigt. Davon geht die ProSiebenSat.1 Group aus, wenn aufgrund eingeschränkter Zahlungsfähigkeit der Vertragspartei der Erhalt der vollständigen Zahlung unwahrscheinlich wird oder eine Forderung mehr als 90 Tage überfällig ist. Von dem Grundsatz, bei einer Überfälligkeit von mehr als 90 Tagen einen Ausfall als eingetreten anzusehen, kann in begründeten Einzelfällen abgewichen werden. In diesen Fällen erfolgt keine Wertminderung in Form einer Einzelwertberichtigung.

Der Konzern erfasst Wertminderungen erfolgswirksam und überprüft diese regelmäßig. Bei Wegfall der Gründe für die Wertminderungen erfolgt eine entsprechende Wertaufholung. Bestehen Hinweise für eine endgültige Uneinbringlichkeit, wird die Forderung ausgebucht, gegebenenfalls gegen eine vorher gebildete Vorsorge.

Derivative Finanzinstrumente und Bilanzierung von Sicherungszusammenhängen (Hedge Accounting)

Die ProSiebenSat.1 Group setzt derivative Finanzinstrumente in Form von Zinsswaps und Zinsoptionsgeschäften sowie Devisentermingeschäften, Devisenswaps und Devisenoptionen zur Absicherung gegen Zins- und Währungsrisiken ein. Derivative Finanzinstrumente werden als finanzielle Vermögenswerte oder finanzielle Verbindlichkeiten mit ihren beizulegenden Zeitwerten in der Bilanz angesetzt, unabhängig davon, zu welchem Zweck oder in welcher Absicht sie abgeschlossen wurden. Die beizulegenden Zeitwerte von Zinsswaps und Devisentermingeschäften sind beim erstmaligen Ansatz in der Regel null, bei Zins- und Devisenoptionen entsprechen sie den entrichteten bzw. zu entrichtenden Optionsprämien. Die Bewertung derivativer Finanzinstrumente berücksichtigt ebenfalls kontrahentenspezifische Kreditrisiken.

Erfüllt eine Sicherungsbeziehung die einschlägigen Kriterien, bilanziert der Konzern diese gemäß den „Hedge Accounting“-Vorschriften des IAS 39 "Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung".

Die ProSiebenSat.1 Group setzt Sicherungsderivate derzeit ausschließlich im Rahmen von Cashflow-Hedges zur Absicherung künftiger Zahlungsströme ein. Dementsprechend werden die Marktwertänderungen des effektiven Teils des Derivats zunächst gesondert im sonstigen Ergebnis im Eigenkapital und erst dann im Periodenergebnis erfasst, wenn das Grundgeschäft ergebniswirksam wird. Ein ineffektiver Teil wird sofort erfolgswirksam erfasst.

Bei der Absicherung zukünftiger Lizenzzahlungen gegen Währungsrisiken erhöhen oder vermindern die im Eigenkapital erfassten Gewinne oder Verluste aus dem Sicherungsinstrument die Anschaffungskosten der Lizenz bei Lizenzbeginn, das heißt bei Aktivierung des Grundgeschäfts, mit entsprechenden Folgewirkungen auf die planmäßige Abschreibung.

Identifizierte Grund- und Sicherungsgeschäfte werden in der ProSiebenSat.1 Group in sogenannten Hedge-Büchern zusammengefasst und gesteuert. In regelmäßigen Abständen wird die Effektivität der Sicherungsbeziehung gemessen und das Sicherungsverhältnis gegebenenfalls angepasst. Sollte eine Sicherungsbeziehung nicht oder nicht mehr den Anforderungen des Standards genügen, wird das Hedge Accounting beendet. Nach Beendigung einer Sicherungsbeziehung werden die noch im sonstigen Ergebnis bzw. als Anpassung der Anschaffungskosten erfassten Beträge immer dann im Periodenergebnis erfasst, wenn das Grundgeschäft erfolgswirksam wird. Wird eine Sicherungsbeziehung beendet, weil der Eintritt des Grundgeschäfts nicht länger wahrscheinlich ist, erfolgt eine sofortige ergebniswirksame Erfassung der im sonstigen Ergebnis erfassten Beträge.

Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente werden zu Anschaffungskosten bewertet, Fremdwährungsbestände werden zum jeweiligen Stichtagskurs umgerechnet. Es handelt sich hierbei um Barmittelbestände sowie um kurzfristige, äußerst liquide Finanzinvestitionen mit einer Restlaufzeit zum Zeitpunkt der Anschaffung von bis zu drei Monaten, soweit sie nur unwesentlichen Wertschwankungsrisiken unterliegen. Verfügungsbeschränkungen bestehen bei ihnen nicht.

Rückstellungen für Pensionen

Die Bewertung von Rückstellungen für Pensionen erfolgt nach der versicherungsmathematischen Methode der laufenden Einmalprämien („projected unit credit method“). Abweichungen zwischen den getroffenen Annahmen und den tatsächlich eingetretenen Entwicklungen sowie Änderungen von versicherungsmathematischen Annahmen für die Bewertung leistungsorientierter Pensionspläne sind durch eine Neubewertung der Verpflichtungen zum Abschlussstichtag zu berücksichtigen. Die ProSiebenSat.1 Group erfasst die versicherungsmathematischen Gewinne und Verluste aus dieser Neubewertung erfolgsneutral im sonstigen Ergebnis. Dadurch zeigt die Bilanz den vollen Umfang der Verpflichtungen unter Vermeidung von Ergebnisschwankungen, die sich insbesondere bei Änderungen der Berechnungsparameter ergeben können.

Die in der jeweiligen Berichtsperiode erfassten versicherungsmathematischen Gewinne und Verluste werden in der Gesamtergebnisrechnung gesondert dargestellt. In den Folgeperioden erfolgt keine Umbuchung in die Gewinn- und Verlustrechnung.

Zur Deckung von Pensionsansprüchen vorhandene Vermögenswerte, die die Kriterien zur Anerkennung als Planvermögen erfüllen, werden zum beizulegenden Zeitwert bewertet und mit den entsprechenden Verpflichtungen saldiert. Anderenfalls erfolgt ein separater aktivischer Ausweis und eine erfolgswirksame Bewertung zum beizulegenden Zeitwert.

Anteils- und leistungsbasierte Vergütungen

Die anteilsbasierten Vergütungen der ProSiebenSat.1 Group (im Wesentlichen Anrechte auf Aktien bzw. auf Anteilswerten basierende zukünftige Auszahlungen) stellen teilweise Vergütungspläne dar, die vom Konzern wahlweise durch Hingabe von Anteilen oder durch Barausgleich erfüllt werden können. Die Bilanzierung ist abhängig davon, ob der Konzern eine gegenwärtige rechtliche oder faktische Verpflichtung zum Barausgleich hat oder nicht. Vergütungspläne, die in Anteilen erfüllt werden bzw. bei denen keine solche Verpflichtung zum Barausgleich vorliegt, werden einmalig zum Zeitpunkt der Gewährung mit dem beizulegenden Zeitwert bewertet. Der Konzern erfasst den Personalaufwand über den Erdienungszeitraum in den Funktionskosten. Die Gegenbuchung erfolgt in der Kapitalrücklage.

Besteht bei Vergütungsplänen mit Erfüllungswahlrecht eine rechtliche oder faktische Verpflichtung des Konzerns zum Barausgleich, erfasst die ProSiebenSat.1 Group derartige Pläne nach den Vorschriften für in Barmitteln erfüllte Pläne. Der entsprechende Personalaufwand wird gegen die Verbindlichkeiten erfasst, welche der Konzern zu jedem Abschlussstichtag sowie am Erfüllungstag neu bewertet und Änderungen ergebniswirksam im Personalaufwand erfasst. Daneben bestehen auch Vergütungspläne, bei denen ausschließlich ein Ausgleich in Barmitteln vereinbart wird, diese werden ebenfalls nach den genannten Vorschriften für in Barmitteln erfüllte Pläne erfasst.

Sonstige Rückstellungen

Rückstellungen werden gebildet, soweit eine aus einem vergangenen Ereignis resultierende rechtliche oder faktische Verpflichtung gegenüber Dritten besteht, die Vermögensabflüsse erwarten lässt und zuverlässig ermittelbar ist. Der Ansatz erfolgt zu Vollkosten in Höhe des wahrscheinlichsten Verpflichtungsumfangs unter Berücksichtigung von Erfahrungswerten. Langfristige Rückstellungen werden zum Abschlussstichtag mit dem Barwert der erwarteten Erfüllungsbeträge angesetzt, die geschätzte Preis- bzw. Kostensteigerungen berücksichtigen. Die Abzinsungssätze werden regelmäßig den vorherrschenden Marktzinssätzen angepasst.

Nettoverpflichtungen aus belastenden Verträgen bewertet das Unternehmen mit dem niedrigeren Betrag aus den zu erwartenden Kosten bei Erfüllung des Vertrags und den zu erwartenden Kosten bei Beendigung des Vertrags, abzüglich aus dem Vertrag gegebenenfalls erwarteter Erlöse. Im Rahmen des Ansatzes und der Bewertung von Rückstellungen für belastende Beschaffungsgeschäfte über Programmvermögen werden Verträge nach Programmgruppen zusammengefasst.

Der Ansatz und die Bewertung von Rückstellungen erfordern Einschätzungen zur Höhe und Wahrscheinlichkeit des künftigen Abflusses von Ressourcen, die sich an Erfahrungswerten und den zum Abschlussstichtag bekannten Umständen orientieren. Zur Beurteilung der Rückstellungshöhe werden neben der Sachverhaltsbeurteilung und den geltend gemachten Ansprüchen im Einzelfall auch die Ergebnisse vergleichbarer Sachverhalte herangezogen sowie Annahmen über Eintrittswahrscheinlichkeiten und Bandbreiten möglicher Inanspruchnahmen getroffen.

Kapitalflussrechnung

Die Kapitalflussrechnung zeigt Herkunft und Verwendung der Geldströme. Sie unterscheidet Cashflows aus betrieblicher Tätigkeit sowie aus Investitions- und Finanzierungstätigkeit.

Der in der Kapitalflussrechnung betrachtete Finanzmittelfonds beinhaltet alle in der Bilanz ausgewiesenen Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente.

Die Cashflows aus der Investitions- und Finanzierungstätigkeit werden zahlungsbezogen ermittelt. Der Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit wird demgegenüber ausgehend vom Konzernergebnis indirekt abgeleitet. Die bei der indirekten Ableitung berücksichtigen Veränderungen von Bilanzpositionen werden um Effekte aus der Währungsumrechnung und aus Konsolidierungskreisänderungen bereinigt. Die Veränderungen der betreffenden Bilanzpositionen können daher nicht mit den entsprechenden Werten der Konzernbilanz und den Segmentkennzahlen abgestimmt werden.

Auszahlungen für Zinsen und Einzahlungen aus Zinsen und Dividenden sowie sämtliche Zahlungszu- und -abflüsse aus Steuern werden im Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit gezeigt.

Vorjahresinformationen

Am 1. Januar 2021 wurde die Segmentstruktur des Konzerns angepasst. Diesbezügliche Vorjahresangaben sind an die aktuelle Darstellung angepasst worden.

3 / Änderungen von Rechnungslegungsvorschriften

Im Geschäftsjahr 2021 waren folgende vom International Accounting Standards Board (IASB) veröffentlichte und in europäisches Recht umgesetzte Änderungen bestehender Standards erstmalig anzuwenden:

– Änderungen an IFRS 16 „COVID-19-bezogene Mietkonzessionen“

– Änderungen an IFRS 4 „Verlängerung der vorübergehenden Befreiung von der Anwendung von IFRS 9“

– Änderungen an IFRS 9, IAS 39, IFRS 7, IFRS 4 und IFRS 16 „Reform der Referenzzinssätze (Phase 2)“

Die Erstanwendung hatte keine wesentlichen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der ProSiebenSat.1 Group.

Ebenso hat das IASB zum Abschlussstichtag die folgenden, derzeit noch nicht verpflichtend anzuwendenden bzw. teilweise noch nicht in europäisches Recht umgesetzten Verlautbarungen veröffentlicht, welche vom Konzern daher nicht angewendet wurden:

VERÖFFENTLICHTE, ABER NOCH NICHT ANGEWENDETE RECHNUNGSLEGUNGSVORSCHRIFTEN

Standard	Verlautbarung	Verpflichtende Anwendung für Geschäftsjahre ab	Erwarteter Effekt
IFRS 16	COVID-19-bezogene Mietkonzessionen nach dem 30. Juni 2021	1. April 2021	unwesentlich
IAS 16	Sachanlagen: Einnahmen vor der beabsichtigten Nutzung	1. Januar 2022	unwesentlich
IAS 37	Belastende Verträge – Kosten der Vertragserfüllung	1. Januar 2022	unwesentlich
IFRS 3	Verweise auf das Rahmenkonzept	1. Januar 2022	unwesentlich
IFRS 1, IFRS 9, IAS 16, IAS 41	Jährliches Verbesserungsprojekt 2018–2020	1. Januar 2022	unwesentlich
IAS 1	Angabe von Rechnungslegungsmethoden	1. Januar 2023	unwesentlich
IAS 8	Definition rechnungslegungsbezogener Schätzungen	1. Januar 2023	unwesentlich
IAS 12	Latente Steuern, die sich auf Vermögenswerte und Schulden beziehen, die aus einer einzigen Transaktion entstehen	1. Januar 2023	unwesentlich
IAS 1	Klassifizierung von Verbindlichkeiten als kurz- oder langfristig	1. Januar 2023	unwesentlich
IFRS 17	Versicherungsverträge (einschließlich Änderungen)	1. Januar 2023	keiner

4 / Konsolidierungskreis

Die Anzahl der in den Konzernabschluss einbezogenen Tochterunternehmen hat sich im Geschäftsjahr 2021 wie folgt geändert:

TOCHTERUNTERNEHMEN

	Inland	Ausland	**Summe**
Einbezogen zum 31.12.2020	91	130	221
Zugänge	3	5	8
Abgänge	−16	−8	−24
Einbezogen zum 31.12.2021	**78**	**127**	**205**

Die Zugänge beinhalten ausschließlich Neugründungen. Die Abgänge beinhalten 14 Verschmelzungen, 6 Verkäufe sowie 4 Liquidationen.

Neben den beherrschten Unternehmen werden 13 (Vorjahr: 14) assoziierte Unternehmen und 4 (Vorjahr: 5) Gemeinschaftsunternehmen nach der Equity-Methode in den Konzernabschluss einbezogen.

5 / Akquisitionen und Verkäufe mit Auswirkungen auf den Konsolidierungskreis

A) AKQUISITIONEN

Im Geschäftsjahr 2021 hat die ProSiebenSat.1 Group keine wesentlichen Akquisitionen von Tochterunternehmen getätigt. Maßgeblichen Einfluss auf ein Unternehmen hat der Konzern im Rahmen folgender Erwerbstransaktion erlangt:

Erwerb von 15,6 Prozent der Anteile an der Urban Sports GmbH

Mit Vertrag vom 25. Juni 2021 und wirtschaftlicher Wirkung zum 20./23. Juli 2021 hat die ProSiebenSat.1 Group 15,6 Prozent der Anteile an der Sport- und Fitness-Plattform Urban Sports GmbH, Berlin („Urban Sports Club“) für einen Kaufpreis von 53 Mio Euro erworben. Der Kaufpreis wurde in Höhe von 30 Mio Euro in bar geleistet, der verbleibende Teil in Form von Werbeleistungen, die über die nächsten 2,5 Jahre nach Erwerb zu erbringen sind. Urban Sports Club bietet Mitgliedern in zahlreichen europäischen Städten ein flexibles Sport- und Wellness-Angebot inklusive umfangreicher Online-Kurse. Da die ProSiebenSat.1 Group über ihren Sitz im Beirat über maßgeblichen Einfluss auf das Unternehmen verfügt, wird die Beteiligung als assoziiertes Unternehmen nach der Equity-Methode bilanziert. Urban Sports Club ist dem Segment Commerce & Ventures zugeordnet.

ÜBERSICHT AKQUISITIONEN 2020

Unternehmensname	Geschäftszweck	Erworbene Stimmrechte	Kontrollerlangung
The Meet Group, Inc.	Erbringung von Dienstleistungen im Bereich Online-Dating und Social Entertainment	100,0 %	04.09.2020

Für weitere Informationen zur Akquisition der The Meet Group verweisen wir auf den veröffentlichten Geschäftsbericht zum 31. Dezember 2020.

B) VERKÄUFE VON ANTEILEN AN TOCHTERUNTERNEHMEN UND ASSOZIIERTEN UNTERNEHMEN

Im Geschäftsjahr 2021 hat die ProSiebenSat.1 Group folgende wesentliche Verkäufe von Anteilen an Tochterunternehmen abgeschlossen:

Veräußerung der Sonoma Internet GmbH („Amorelie“)

Mit Vertrag vom 1. Oktober 2021 und wirtschaftlicher Wirkung zum 30. Dezember 2021 hat die ProSiebenSat.1 Group ihren Anteil von 97,8 Prozent an der Sonoma Internet GmbH, Berlin, die unter der Marke Amorelie einen Online-Shop für sinnlichen Lifestyle und Erotikprodukte betreibt, an eine Tochtergesellschaft der EQOM-Group, Veendam, Niederlande verkauft. Ein Teil des Kaufpreises wurde gestundet. Amorelie war als indirektes Tochterunternehmen der NCG – NUCOM GROUP SE, Unterföhring („NuCom“, zusammen mit ihren Tochterunternehmen: „NuCom Group“) dem Segment Commerce & Ventures zugeordnet.

Veräußerung der Gravitas Ventures LLC

Mit Vertrag vom 15. November 2021 und wirtschaftlicher Wirkung am selben Tag hat die ProSiebenSat.1 Group ihren Anteil von 62,5 Prozent an der Filmvertriebsgesellschaft Gravitas Ventures LLC, Wilmington, Delaware, USA („Gravitas“) an eine Tochtergesellschaft der Anthem Sports & Entertainment Inc., Toronto, Kanada („Anthem“) verkauft. Zugleich hat das Gravitas-Management ihre Minderheitenanteile in Höhe von 37,5 Prozent an Anthem übertragen. Die Minderheitenanteile waren vor Abschluss der Transaktion unter Anwendung der Anticipated-Acquisition-Methode als Verbindlichkeiten aus Put-Optionsvereinbarungen bilanziert.
Zehn Prozent des Kaufpreises wurden in Anteilen an der Käufergesellschaft beglichen. Die Anteile gewähren Minderheitenrechte ohne die Möglichkeit maßgeblichen Einfluss auszuüben und unterliegen einer Put-Vereinbarung. Gravitas war als Tochtergesellschaft der Red Arrow Studios International, Inc., Wilmington, Delaware, USA dem Segment Entertainment zugeordnet.

Veräußerung der moebel.de Einrichten & Wohnen AG

Mit Vertrag vom 29. Oktober 2021 und wirtschaftlicher Wirkung zum 30. November 2021 hat die ProSiebenSat.1 Group ihren Anteil von 50,1 Prozent an dem Online-Portal für Möbel und Einrichtung moebel.de Einrichten & Wohnen AG, Hamburg („moebel.de“) an die Möbelhandelskette BDSK Handels GmbH & Co. KG, Würzburg verkauft. moebel.de war als indirekte Tochtergesellschaft der NuCom dem Segment Commerce & Ventures zugeordnet.

Die Abgänge der Buchwerte einschließlich Geschäfts- oder Firmenwerten und die Veräußerungserlöse sowie die Ermittlung der Veräußerungsergebnisse und Nettozahlungsmittelzuflüsse aus den Veräußerungen der Tochtergesellschaften sind in der nachfolgenden Tabelle dargestellt:

BUCHWERTABGANG UND ABGANGSERFOLG AUS VERKÄUFEN VON TOCHTERUNTERNEHMEN 2021

in Mio Euro

	Amorelie	Gravitas	moebel.de	**Summe**
Geschäfts- oder Firmenwert	−11	−43	−6	−60
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	−17	−19	−6	−43
Sachanlagen	0	0	0	−1
Vorräte	−8	—	—	−8
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	−2	−21	−1	−24
Übrige Forderungen und Vermögenswerte	−1	−4	0	−6
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	−3	−2	−3	−8
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	4	4	2	10
Rückstellungen und sonstige Verbindlichkeiten	6	40	1	48
Abgang Nettovermögenswerte	**−33**	**−45**	**−14**	**−91**
Abgang nicht-beherrschende Anteile anderer Gesellschafter und ergebniswirksame Erfassung der Währungseffekte aus der Umrechnung ausländischer Abschlüsse	0	−1	4	3
Verkaufserlös	33	35	10	79
Veräußerungsgewinn/-verlust	**1**	**−10**	**0**	**−9**
Barverkaufserlös	26	32	10	68
abzgl. abgehende Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	−3	−2	−3	−8
Nettozahlungsmittelzufluss	**23**	**30**	**8**	**61**

Die Veräußerungsgewinne bzw. -verluste wurden als sonstiger betrieblicher Ertrag bzw. als sonstiger betrieblicher Aufwand erfasst. Die entstandenen Veräußerungskosten in Höhe von 4 Mio Euro wurden als Teil der Funktionskosten erfasst.

Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die im Vorjahr abgeschlossenen Verkäufe von Anteilen an Tochterunternehmen und assoziierten Unternehmen:

ÜBERSICHT VERKAUF VON ANTEILEN AN TOCHTERUNTERNEHMEN UND ASSOZIIERTEN UNTERNEHMEN 2020

Unternehmensname	Geschäftszweck	Veräußerte Stimmrechte	Wirtschaftlicher Abgang
gamigo AG	Betreiben einer Game-Publishing Plattform	33,0 %	05.03.2020
myLoc managed IT AG ("myLoc")	Erbringung von Hosting-Dienstleistungen	100,0 %	30.09.2020
WSM Holding GmbH ("WindStar")	Vertrieb von OTC-Arzneimitteln	92,0 %	01.12.2020

Für weitere Informationen zu diesen Veräußerungstransaktionen verweisen wir auf den veröffentlichten Geschäftsbericht zum 31. Dezember 2020.

C) SONSTIGE TRANSAKTIONEN

Aufstockung der Anteile an der Studio71-Gruppe und Trennung von den Aktivitäten in Frankreich und Italien

Die ProSiebenSat.1 Group hat im Februar und März 2021 die Minderheitenanteile erworben, die die französische TF1 Group sowie die italienische Mediaset S.p.A. an der Studio71-Gruppe hielten. Die ProSiebenSat.1 Group hält nunmehr sämtliche stimmberechtigten Anteile an der Studio71-Gruppe. Die Kaufpreiszahlung in Höhe von 9 Mio Euro ist in den Auszahlungen aus Transaktionen mit nicht-beherrschenden Gesellschaftern im Cashflow aus Finanzierungstätigkeit ausgewiesen. Zugleich

hat die Studio71-Gruppe ihre nach der Equity-Methode bilanzierte französische Gesellschaft und ihre vollkonsolidierte italienische Gesellschaft mit wirtschaftlicher Wirkung zum 31. März 2021 bzw. 7. Juli 2021 verkauft, da europaweite Synergien aufgrund der überwiegend lokalen Ausrichtung nicht wie ursprünglich bei Gründung erwartet realisiert wurden. Wesentliche Zahlungsmittelzuflüsse bzw. Veräußerungsgewinne oder -verluste entstanden daraus nicht.

Erwerb von 30,3 Prozent der Anteile an der PEG Management GmbH & Co. KG

Mit Vertrag vom 3. September 2021 und wirtschaftlicher Wirkung am selben Tag hat die ProSiebenSat.1 Group über ihre Tochtergesellschaft ParshipMeet Holding GmbH, Hamburg („ParshipMeet Holding“) 30,3 Prozent der Kommanditanteile an der PEG Management GmbH & Co. KG, Unterföhring („PEG KG“) zu einem Kaufpreis von 26 Mio Euro erworben. Die erworbenen Anteile waren Gegenstand einer Put-Optionsvereinbarung, für die unter Anwendung der Anticipated-Acquisition-Methode eine entsprechende Verbindlichkeit angesetzt war. Mit Zahlung des Kaufpreises hat sich die Verbindlichkeit entsprechend vermindert. Da die ParshipMeet Holding die Kontrolle über die Gesellschaft ausübt, wird die PEG KG wie im Vorjahr als vollkonsolidierte Gesellschaft in den Konzernabschluss einbezogen. Die Gesellschaft ist dem Segment Dating & Video zugeordnet.

ERLÄUTERUNGEN ZUR KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

6 / Umsatzerlöse

in Mio Euro

	Entertainment		Dating & Video		Commerce & Ventures		Summe Konzern	
	2021	2020	**2021**	2020	**2021**	2020	**2021**	2020
Werbeerlöse	**2.323**	**2.090**	**—**	**—**	**150**	**135**	**2.473**	**2.225**
DACH	2.083	1.873	—	—	150	135	2.233	2.007
Rest der Welt	240	217	—	—	—	—	240	217
Distribution	**179**	**169**	**—**	**—**	**—**	**—**	**179**	**169**
Content	**491**	**394**	**—**	**—**	**—**	**—**	**491**	**394**
Europa	198	144	—	—	—	—	198	144
Rest der Welt	293	250	—	—	—	—	293	250
Dating & Video	**—**	**—**	**542**	**333**	**—**	**—**	**542**	**333**
Dating	—	—	278	249	—	—	278	249
Video	—	—	263	84	—	—	263	84
Digital Platform & Commerce	**—**	**—**	**—**	**—**	**701**	**807**	**701**	**807**
Consumer Advice	—	—	—	—	192	211	192	211
Experiences	—	—	—	—	77	87	77	87
Beauty & Lifestyle	—	—	—	—	433	509	433	509
Sonstige Umsatzerlöse	**105**	**116**	**—**	**—**	**3**	**4**	**108**	**119**
Summe	**3.098**	**2.768**	**542**	**333**	**854**	**945**	**4.494**	**4.047**

Die Umsatzerlöse des Konzerns stiegen gegenüber dem Vorjahr um 447 Mio Euro auf 4.494 Mio Euro. Größter Wachstumstreiber war die Dynamik des Werbegeschäfts, das sich deutlich von den Auswirkungen der Pandemie-Beschränkungen erholte. Auch die Umsätze aus Programmproduktion und Programmverkauf (Content) haben sich im Geschäftsjahr 2021 von den Folgen der Pandemie-Beschränkungen erholt und gegenüber dem Vorjahr deutlich zugenommen. Der erhebliche Anstieg der Dating & Video-Umsätze ist geprägt von der Übernahme der The Meet Group im September 2020. Die Entwicklung der Digital Platform & Commerce-Umsätze reflektiert vor allem die Veräußerung des OTC-Anbieters WindStar (Beauty & Lifestyle) im Dezember 2020. Für nähere Informationen verweisen wir auf den

→ **Konzernlagebericht Kapitel „Ertragslage des Konzerns“**

Die Tabelle zeigt die Aufgliederung der Umsatzerlöse nach Kategorien in der seit 1. Januar 2021 gültigen Segmentstruktur. Die Vorjahreszahlen wurden an die aktuelle Darstellung angepasst. Dabei werden die Kategorien Werbeerlöse und Content (bis 31. Dezember 2020: Production sowie Global Sales und sonstige Programmverkäufe) in geographische Regionen untergliedert. Die Zuordnung erfolgt nach dem Land des Sitzes der Tochtergesellschaft, die die Umsatzerlöse realisiert. Es wird unterschieden nach den Regionen Deutschland, Österreich und der Schweiz (DACH) bzw. Europa und jeweils Rest der Welt. In der Kategorie Werbeerlöse DACH im Segment Entertainment werden Werbeerlöse aus dem Verkauf von Werbezeiten erfasst, darunter auch die Werbeumsätze der deutschen Studio71-Gesellschaft. In derselben Kategorie im Segment Commerce & Ventures sind Umsätze aus Media-for-Equity- und Media-for-Revenue-Transaktionen in Höhe von 108 Mio Euro (Vorjahr: 97 Mio Euro) enthalten. Die Kategorie Werbeerlöse Rest der Welt enthält im Wesentlichen Umsätze der Studio71-Gesellschaften in den Vereinigten Staaten (USA).

VERTRAGSVERMÖGENSWERTE UND -VERBINDLICHKEITEN

in Mio Euro

	31.12.2021	31.12.2020
Vertragsvermögenswerte	34	29
Vertragsverbindlichkeiten	131	110

Die Vertragsvermögenswerte, das heißt die aktiven Vertragssalden aus Verträgen mit Kunden, betreffen mehrheitlich Ansprüche auf Gegenleistung für abgeschlossene, aber zum Abschlussstichtag noch nicht abgerechnete Leistungen aus Auftragsproduktionen. Eine Umgliederung in Forderungen aus Lieferungen und Leistungen erfolgt bei Rechnungsstellung. Darüber hinaus enthalten die Vertragsvermögenswerte vor allem bereits erbrachte, aber noch nicht abrechenbare Leistungen im Segment Dating & Video.

Die Vertragsverbindlichkeiten betreffen im Wesentlichen erhaltene Anzahlungen für Auftragsproduktionen, Verkauf von Programmrechten und noch nicht erbrachte Medialeistungen sowie Vorleistungen von Kunden im Segment Dating & Video.

Von den zum 1. Januar 2021 bestehenden Vertragsverbindlichkeiten wurden im Geschäftsjahr 2021 96 Mio Euro (Vorjahr: 113 Mio Euro) als Umsatz realisiert.

Wie nach IFRS 15 zulässig, werden keine Angaben zu den verbleibenden Leistungsverpflichtungen zum 31. Dezember 2021 gemacht, die eine erwartete ursprüngliche Laufzeit von einem Jahr oder weniger haben. Leistungsverpflichtungen, deren erwartete ursprüngliche Laufzeit über den Zeitraum von mehr als einem Jahr nach dem 31. Dezember 2021 hinausgeht, liegen nur in unwesentlichem Umfang vor.

Waren sind in Höhe von 49 Mio Euro (Vorjahr: 44 Mio Euro) bilanziert. Im Geschäftsjahr 2021 wurden Wertminderungen auf Vorräte in Höhe von 10 Mio Euro (Vorjahr: 4 Mio Euro) erfasst. In der Umsatz-Kategorie Beauty & Lifestyle sind Warenverkäufe in Höhe von 354 Mio Euro (Vorjahr: 440 Mio Euro) enthalten.

WESENTLICHE ANNAHMEN UND SCHÄTZUNGEN

Die der Umsatzerlösrealisierung zugrundeliegenden Annahmen können einen erheblichen Einfluss auf die Höhe und den zeitlichen Anfall der Umsatzerlöse haben. Insbesondere die Ermittlung von Storno- und Rückgabequoten beruht auf historischen Quoten, welche sich im Zeitablauf ändern können. Die Festlegung relativer Einzelveräußerungspreise ist stark ermessensbehaftet.

7 / Umsatzkosten

in Mio Euro

	2021	2020
Sachkosten	1.040	876
Werteverzehr des Programmvermögens	995	966
Personalaufwendungen	394	318
Abschreibungen und Wertminderungen auf Sachanlagen und sonstige immaterielle Vermögenswerte	133	127
IT-Kosten	73	53
Aufwand aus dem Abgang von Programmvermögen	25	17
Sonstige	86	111
Summe	**2.746**	**2.468**

Die Sachkosten beinhalten im Wesentlichen produktionsbezogene Fremdleistungen, Wareneinsatz, Urheberrechtsabgaben, Lizenzaufwand sowie Kommissionen im Zusammenhang mit In-App-Umsatzerlösen.

Der Werteverzehr des Programmvermögens umfasst Abschreibungen und Wertminderungen in Höhe von 1.026 Mio Euro (Vorjahr: 999 Mio Euro) sowie gegenläufig die Veränderung der Rückstellungen für belastende Verträge in Höhe von 31 Mio Euro (Vorjahr: 33 Mio Euro). Der Werteverzehr des Programmvermögens lag im abgelaufenen Geschäftsjahr wie erwartet über dem Vorjahresniveau, da die ProSiebenSat.1 Group das positive Werbemarktumfeld für verstärkte Investitionen in sein lokales Programm nutzte, um seine Reichweite über alle Plattformen auszubauen und so auch die Voraussetzungen für künftiges weiteres Werbeumsatzwachstum zu schaffen.

Die Personalaufwendungen enthalten Löhne und Gehälter von Mitarbeiter:innen im Produktionsbereich einschließlich leistungsabhängiger Bonusansprüche, Abfindungen und Sozialversicherungsbeiträgen.

Die Abschreibungen und Wertminderungen auf Sachanlagen und sonstige immaterielle Vermögenswerte betreffen vor allem Abschreibungen auf im Rahmen von Kaufpreisallokationen identifizierte Vermögenswerte, selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte, Lizenzen sowie Abschreibungen auf technische Anlagen.

Für weitere Informationen verweisen wir auf den
→ **Konzernlagebericht Kapitel „Ertragslage des Konzerns“**

8 / Vertriebskosten

in Mio Euro

	2021	2020
Marketing und marketingnahe Aufwendungen	382	345
Personalaufwendungen	153	131
Distribution	61	59
davon Satelliten-Miete	35	36
davon Sendegebühr	26	24
Sachkosten	35	32
Vertriebsprovisionen	31	28
Abschreibungen und Wertminderungen auf Sachanlagen und sonstige immaterielle Vermögenswerte	21	21
IT-Kosten	14	13
Sonstige	14	17
Summe	**712**	**646**

Marketing und marketingnahe Aufwendungen entfallen vor allem auf Kosten für Werbung, Marktforschung und Public Relations. Personalaufwendungen enthalten Löhne und Gehälter von Mitarbeiter:innen im Vertriebsbereich einschließlich leistungsabhängiger Bonusansprüche, Abfindungen und Sozialversicherungsbeiträgen. Die Sachkosten beinhalten im Wesentlichen Aufwendungen für Verpackungs- und Versandkosten. Vertriebsprovisionen umfassen größtenteils Kosten und Provisionen für Vermarktungsleistungen. Die Abschreibungen und Wertminderungen entfallen überwiegend auf sonstige immaterielle Vermögenswerte des Vertriebsbereichs.

Für weitere Informationen verweisen wir auf den
→ **Konzernlagebericht Kapitel „Ertragslage des Konzerns"**

9 / Verwaltungskosten

in Mio Euro

	2021	2020
Personalaufwendungen	267	268
Abschreibungen und Wertminderungen auf Sachanlagen und sonstige immaterielle Vermögenswerte	96	101
Beratungskosten	31	41
IT-Kosten	26	27
Kosten für Infrastruktur	20	24
Marketing und marketingnahe Aufwendungen	15	12
Sonstige	46	65
Summe	**501**	**538**

Personalaufwendungen enthalten Löhne und Gehälter von Mitarbeiter:innen im Verwaltungsbereich einschließlich leistungsabhängiger Bonusansprüche, Abfindungen und Sozialversicherungsbeiträgen.

Abschreibungen und Wertminderungen auf Sachanlagen und sonstige immaterielle Vermögenswerte entfallen vor allem auf Abschreibungen von Verwaltungsgebäuden, Betriebs- und Geschäftsausstattung sowie von sonstigen immateriellen Vermögenswerten des Verwaltungsbereichs. Die Beratungskosten betreffen vor allem Management-, Rechts- und M&A-Beratungsleistungen.

Für weitere Informationen verweisen wir auf den
→ **Konzernlagebericht Kapitel „Ertragslage des Konzerns"**

10 / Sonstige betriebliche Aufwendungen

In den sonstigen betrieblichen Aufwendungen in Höhe von 11 Mio Euro (Vorjahr: 12 Mio Euro) sind im Geschäftsjahr 2021 im Wesentlichen Abgangsverluste aus dem Verkauf des Tochterunternehmens Gravitas in Höhe von 10 Mio Euro enthalten.

11 / Sonstige betriebliche Erträge

Die sonstigen betrieblichen Erträge belaufen sich auf 30 Mio Euro (Vorjahr: 169 Mio Euro). Dieser Betrag beinhaltet den Ertrag aus dem Verkauf von Amorelie in Höhe von 1 Mio Euro sowie eine Vielzahl weiterer kleiner Beträge, die für sich genommen unwesentlich sind. Im Vorjahr sind Erträge in Höhe von 140 Mio Euro aus dem Verkauf von WindStar (106 Mio Euro) und myLoc (35 Mio Euro) enthalten.

12 / Zinsergebnis

in Mio Euro

	2021	2020
Zinsen und ähnliche Erträge	16	3
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	–56	–76
davon aus finanziellen Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten	–40	–60
davon aus Zinssicherungsinstrumenten	–5	–5
davon übrige Zinsen und ähnliche Aufwendungen	–11	–10
Zinsergebnis	**–40**	**–73**

Zinsen und ähnliche Erträge in Höhe von 16 Mio Euro resultieren aus Steuersachverhalten (Vorjahr: 1 Mio Euro). Der Anstieg ist insbesondere auf die Anwendung begünstigender Rechtsprechung zurückzuführen.

→ **Ziffer 2 „Bilanzierungsgrundsätze“, Unterabschnitt „Ertragsteuern“**

Die Zinsen aus finanziellen Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten beinhalten im Wesentlichen Zinsen für in Anspruch genommene Kredite. Der deutliche Rückgang gegenüber dem Vorjahr beruht hauptsächlich auf der vorzeitigen Rückzahlung einer 2014 begebenen Anleihe im Januar 2021. Zudem sind in dieser Position 4 Mio Euro (Vorjahr: 4 Mio Euro) an Zinsaufwendungen aus Leasingverbindlichkeiten enthalten.

Bei den Zinsen und ähnlichen Aufwendungen aus Zinssicherungsinstrumenten handelt es sich um Aufwendungen für als Sicherungsinstrumente eingesetzte Zinsswaps.

→ **Ziffer 33 „Erläuterungen zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“**

Die Position „Übrige Zinsen und ähnliche Aufwendungen“ beinhaltet im Wesentlichen Zinsaufwendungen aus Steuersachverhalten sowie Aufzinsungseffekte für Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten.

13 / Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen und sonstiges Finanzergebnis

in Mio Euro

	2021	2020
Anteiliges Ergebnis aus Gemeinschaftsunternehmen	–45	–82
Anteiliges Ergebnis aus assoziierten Unternehmen	3	4
Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen	**–41**	**–77**
Änderungen von Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten	15	–30
Bewertungs- und Veräußerungsergebnis aus sonstigen Finanzinstrumenten	130	12
davon aus finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden	133	16
davon aus at-Equity bewerteten Anteilen	–3	–4
davon aus finanziellen Vermögenswerten, die zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet werden	–1	0
Währungskursgewinne/-verluste	1	–6
davon aus Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	9	–41
davon aus sonstigen finanziellen Vermögenswerten	5	–7
davon aus finanziellen Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten	–31	38
davon aus sonstigen finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden	16	4
davon aus sonstigen Positionen	1	0
Finanzierungskosten	–8	–7
Sonstige	–3	–1
Sonstiges Finanzergebnis	**135**	**–32**

Das anteilige Ergebnis aus Gemeinschaftsunternehmen enthält im Wesentlichen den Anteil des Konzerns am Periodenergebnis der Joyn GmbH, München („Joyn“) in Höhe von minus 45 Mio Euro (Vorjahr: -82 Mio Euro).

→ Ziffer 22 „At-Equity bewertete Anteile“

Die Änderungen von Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten resultieren aus Bewertungsanpassungen bei den in Verbindung mit Unternehmenserwerben geschlossenen Put-Options-Vereinbarungen über Anteile anderer Gesellschafter an Tochterunternehmen und Earn-Out-Vereinbarungen über variable, in der Regel erfolgsabhängige nachgelagerte Kaufpreiszahlungen.

→ Ziffer 33 „Erläuterungen zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“

Der deutliche Anstieg im Bewertungs- und Veräußerungsergebnis aus sonstigen Finanzinstrumenten resultiert insbesondere aus der Neubewertung von Fondsinvestments sowie aus der Teilveräußerung von Anteilen an der ABOUT YOU Holding SE, Hamburg („ABOUT YOU“) im Zuge des ABOUT YOU Börsengangs und der Neubewertung der verbleibenden ABOUT YOU Anteile. Die SevenVentures GmbH, Unterföhring („SevenVentures“) ist an dem Online-Mode-Händler ABOUT YOU seit 2016 als Investor beteiligt.

Der Währungskurseffekt aus finanziellen Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten entfällt im Wesentlichen auf die Bewertung der Verbindlichkeiten für das Programmvermögen. Da der Konzern im Geschäftsjahr 2021 einen im Vergleich zum Vorjahr geringeren US-Dollar-Barmittelbestand hielt, wurden die Verbindlichkeiten für das Programmvermögen über Währungsderivate abgesichert. Infolgedessen haben sich die Währungskursgewinne bei den erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewerteten sonstigen finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten erhöht.

14 / Ertragsteuern

ERTRAGSTEUERAUFWAND

in Mio Euro

	2021	2020
Laufender Ertragsteueraufwand – Deutschland	186	77
Laufender Ertragsteueraufwand – Ausland	18	6
Laufender Ertragsteueraufwand	**205**	**83**
Latenter Steueraufwand (+)/Steuerertrag (-) – Deutschland	−39	31
Latenter Steueraufwand (+)/Steuerertrag (-) – Ausland	−1	3
Latenter Steueraufwand (+)/Steuerertrag (-)	**−40**	**35**
Summe Ertragsteueraufwand	**165**	**118**

Der Ertragsteuersatz der deutschen Gesellschaften setzt sich zusammen aus dem Körperschaftsteuersatz von 15,0 Prozent (Vorjahr: 15,0 %) zuzüglich Solidaritätszuschlag von 5,5 Prozent (Vorjahr: 5,5 %) sowie einem durchschnittlichen Gewerbesteuersatz von 12,2f (Vorjahr: 12,2 %). Insgesamt ergibt sich daraus ein für den Konzern maßgeblicher nominaler Gesamtsteuersatz von 28,0 Prozent (Vorjahr: 28,0 %). Die ausländischen Ertragsteuersätze basieren auf den in den einzelnen Ländern gültigen Gesetzen und Verordnungen und variieren zwischen 15,0 Prozent und 35,0 Prozent (Vorjahr: 15,0 % und 28,3 %).

Die laufenden Ertragsteueraufwendungen beinhalten in- und ausländische Steuern auf Grundlage der steuerpflichtigen Einkommen 2021 in Höhe von 211 Mio Euro (Vorjahr: 96 Mio Euro) sowie Ertragsteuererträge für Vorjahre in Höhe von 6 Mio Euro (Vorjahr: 13 Mio Euro). Mindernd im Ertragsteueraufwand enthalten sind in einer früheren Periode nicht berücksichtigte steuerliche Verluste oder temporäre Differenzen in Höhe von 3 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro).

Der latente Steuerertrag beträgt 29 Mio Euro (Vorjahr: 31 Mio Euro latenter Steueraufwand) aus der laufenden Veränderung von temporären Differenzen. Zusätzlich ergeben sich 1 Mio Euro latenter Steueraufwand (Vorjahr: 11 Mio Euro) auf bisher nicht berücksichtigte temporäre Unterschiede einer früheren Periode. Weiterhin sind ein latenter Steuerertrag in Höhe von 10 Mio Euro (Vorjahr: 8 Mio Euro), der aus den laufenden steuerlichen Verlusten in einzelnen Gesellschaften resultiert und ein latenter Steuerertrag in Höhe von 1 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro), der auf in einer früheren Periode nicht berücksichtigte Verlustvorträge entfällt, enthalten.

Für Unternehmen, die im laufenden Geschäftsjahr oder im Vorjahr Verluste erlitten haben, wurden latente Steuerschulden übersteigende latente Steueransprüche in Höhe von 2 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) aktiviert. Basierend auf der aktuellen Steuerplanung ist es wahrscheinlich, dass diese latenten Steueransprüche voraussichtlich in den nächsten fünf Jahren genutzt werden können.

Aktive latente Steuern auf Verlustvorträge wurden in Höhe von 2 Mio Euro (Vorjahr: 2 Mio Euro) wertberichtigt. Wertaufholungen von aktiven latenten Steuern erfolgten sowohl für bisher nicht berücksichtigte Verlustvorträge in Höhe von 2 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro) als auch bei aktiven latenten Steuern auf temporäre Differenzen in Höhe von 2 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro).

Der für den Konzern maßgebliche effektive Steuersatz (Verhältnis von ausgewiesenem Steueraufwand zu Ergebnis vor Steuern) beträgt 27,2 Prozent (Vorjahr: 31,8 %). Der durch Anwendung des nominalen Gesamtsteuersatzes auf das Ergebnis vor Steuern errechnete Steueraufwand lässt sich auf den in der Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesenen Steueraufwand wie folgt überleiten:

ÜBERLEITUNG STEUERAUFWAND

in Mio Euro

	2021	2020
Ergebnis vor Steuern	**607**	**370**
Anzuwendender Konzernsteuersatz (in Prozent)	28	28
Erwarteter Ertragsteueraufwand	170	104
Erhöhung (+)/Minderung (-) der Ertragsteuern durch:		
Steuersatzabweichungen		
Steuersatzunterschiede Ausland	−2	1
Steuersatzunterschiede Inland	−1	3
Effekt Steuersatzänderungen	—	0
Abweichungen in der steuerlichen Bemessungsgrundlage		
Nicht abzugsfähige Zinsaufwendungen (+)/Zinserträge (-)	0	3
Sonstige nicht abzugsfähige Betriebsausgaben	21	27
Steuerfreie Erträge	−54	−14
Nicht steuerwirksame Veräußerungseffekte	3	−37
At-Equity bewertete Anteile	12	22
Ansatz und Bewertung aktiver latenter Steuern		
Wertänderung und Nichtansatz von aktiven latenten Steuern	24	11
Sonstige Effekte		
Steuern für Vorjahre	−6	−1
Summe Ertragsteueraufwand	**165**	**118**
Effektiver Konzernsteuersatz (in Prozent)	**27**	**32**

Zum 31. Dezember 2021 wurden auf körperschaftsteuerliche Verlustvorträge in Höhe von 311 Mio Euro (Vorjahr: 269 Mio Euro) und auf gewerbesteuerliche Verlustvorträge in Höhe von 192 Mio Euro (Vorjahr: 149 Mio Euro) keine aktiven latenten Steuern angesetzt. Davon verfallen 18 Mio Euro (Vorjahr: 20 Mio Euro) der im Ausland entstandenen Verlustvorträge innerhalb der nächsten ein bis neun Jahre, soweit diese nicht genutzt werden. Für die verbleibenden Verlustvorträge ist die Nutzung zeitlich unbegrenzt möglich.

Die für körperschaftsteuerliche Verlustvorträge nicht erfasste aktive latente Steuer beträgt 57 Mio Euro (Vorjahr: 51 Mio Euro). Für gewerbesteuerliche Verlustvorträge beträgt die nicht erfasste aktive latente Steuer 30 Mio Euro (Vorjahr: 23 Mio Euro). Für abzugsfähige Differenzen in Höhe von 2 Mio Euro (Vorjahr: 6 Mio Euro) wurde in der Bilanz kein latenter Steueranspruch erfasst.

Die aktiven und passiven latenten Steuern sind den Bilanzposten wie folgt zuzuordnen:

LATENTE STEUERN

in Mio Euro

	Aktive latente Steuern	Passive latente Steuern	Stand netto zum 31.12.2020	Erfolgs-wirksame Effekte	Erfolgsneutrale Effekte aus Cashflow Hedges und Pensionsver-pflichtungen	Erfolgsneutrale Effekte aus der Währungs-umrechnung von Steuer-positionen in ausländischen Abschlüssen	Effekte aus Änderungen im Konsolidie-rungskreis	Stand netto zum 31.12.2021	Aktive latente Steuern	Passive latente Steuern
Geschäfts- und Firmenwerte	8	−43	−35	16	—	−1	3	−17	8	−24
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	6	−252	−245	−12	—	−1	8	−251	8	−259
Sachanlagen	0	−89	−89	−11	—	—	0	−100	0	−100
Finanzielle Vermögenswerte	8	−3	5	−2	—	—	—	3	7	−4
Programmvermögen	24	0	24	41	—	—	—	65	65	0
Vorräte, Sonstige Vermögenswerte	10	−12	−2	0	−10	—	0	−11	10	−22
Rückstellungen für Pensionen	4	—	4	0	0	—	—	3	3	0
Sonstige Rückstellungen	22	−5	18	2	—	—	0	20	22	−2
Verbindlichkeiten	112	−74	37	−4	−4	0	−6	23	99	−76
Verlustvorträge	71	—	71	13	—	—	−3	81	81	—
Steuergutschriften	5	—	5	−2	—	—	—	4	4	—
Aktive (passive) latente Steuern vor Saldierungen	**270**	**−477**	**−206**	**40**	**−13**	**−2**	**2**	**−180**	**307**	**−487**
Saldierungen	−216	216							−240	240
Aktive (passive) latente Steuern nach Saldierungen	**54**	**−260**							**67**	**−248**

Zur Saldierung von aktiven und passiven latenten Steuern sowie zur Verwendung von Annahmen und Schätzungen bei unsicheren Steuerpositionen siehe
→ **Ziffer 2 „Bilanzierungsgrundsätze“, Unterabschnitt „Ertragsteuern“**

Für die latenten Steuern, die erfolgsneutral im kumulierten sonstigen Ergebnis im Eigenkapital erfasst worden sind, siehe
→ **Ziffer 26 „Eigenkapital“**

Für geplante künftige Ausschüttungen aus Tochterunternehmen wurde eine passive latente Steuer in Höhe von 2 Mio Euro gebildet (Vorjahr: 1 Mio Euro). Auf temporäre Unterschiede bei Anteilen an Tochterunternehmen wurden in Höhe von 24 Mio Euro (Vorjahr: 16 Mio Euro) keine latenten Steuerschulden angesetzt, da die ProSiebenSat.1 Group in der Lage ist, den Zeitpunkt der Auflösung selbst zu bestimmen, und da es wahrscheinlich ist, dass sich diese temporären Differenzen in absehbarer Zeit nicht auflösen werden.

15 / Ergebnis je Aktie

	2021	2020
in Mio Euro		
Den Gesellschaftern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzernergebnis (unverwässert)	449	267
Zu berücksichtigende Bewertungseffekte aus der anteilsbasierten Vergütung nach Steuern	1	0
Den Gesellschaftern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzernergebnis (verwässert)	450	267
in Stück		
Gewichtete Anzahl ausgegebener Aktien (unverwässert)	226.234.153	226.147.133
Zu berücksichtigender Verwässerungseffekt aufgrund von anteilsbasierter Vergütung	956.984	863.003
Gewichtete Anzahl ausgegebener Aktien (verwässert)	227.191.138	227.010.136
in Euro		
Unverwässertes Ergebnis je Aktie	**1,99**	**1,18**
Verwässertes Ergebnis je Aktie	**1,98**	**1,18**

Mitglieder des Vorstands sowie ausgewählte Führungskräfte der ProSiebenSat.1 Group hatten zum Abschlussstichtag aus dem Performance Share Plan Anspruch auf 956.984 (Vorjahr: 863.003) virtuelle Aktien, sogenannte Performance Share Units. Die Performance Share Units beinhalten hinsichtlich der Erfüllungsart ein Wahlrecht seitens der ProSiebenSat.1 Media SE, diese mittels Aktien oder im Wege des Barausgleiches zu erfüllen.

→ Ziffer 35 „Anteils- und leistungsbasierte Vergütung“

Aufgrund des daraus potenziell resultierenden Verwässerungseffekts wird dieser Plan für die Berechnung des Ergebnisses je Aktie so behandelt, als würde dieser in Stammaktien der Gesellschaft erfüllt werden. Aus der möglichen Umwandlung dieser Performance Share Units in Stammaktien ergibt sich im Berichtsjahr ein Verwässerungseffekt von 0,01 Euro je Aktie (Vorjahr: 0,00 Euro je Aktie).

16 / Sonstige Angaben

PERSONALAUFWAND UND BESCHÄFTIGTENZAHLEN

In den Umsatz-, Vertriebs- und Verwaltungskosten sind folgende Personalaufwendungen enthalten:

PERSONALAUFWAND

in Mio Euro

	2021	2020
Löhne und Gehälter	718	628
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Unterstützung	96	89
Summe	**814**	**717**

In der Position „Soziale Abgaben und Aufwendungen für Unterstützung“ sind Arbeitgeberbeiträge zu beitragsorientierten Plänen in Höhe von 37 Mio Euro (Vorjahr: 34 Mio Euro) enthalten.

Im Geschäftsjahr 2021 waren durchschnittlich 7.956 Mitarbeiter:innen (Vorjahr: 7.128) für die ProSiebenSat.1 Group tätig. Insgesamt beschäftigte der Konzern neben den 7.956 Festangestellten (Vorjahr: 7.128) auch 522 Auszubildende, Volontär:innen, Praktikant:innen und Werkstudent:innen (Vorjahr: 551).

ABSCHREIBUNGEN UND WERTMINDERUNGEN

Die in den Umsatz-, Vertriebs- und Verwaltungskosten enthaltenen Abschreibungen und Wertminderungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen setzen sich wie folgt zusammen:

ABSCHREIBUNGEN UND WERTMINDERUNGEN
in Mio Euro

	2021	2020
Abschreibungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte	155	160
Abschreibungen auf Sachanlagen	77	80
Wertminderungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte[1]	17	8
Wertminderungen auf Sachanlagen	2	0
Summe	**251**	**248**

1 Darin enthalten ist eine Wertaufholung in Höhe von 9 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro).

Die Abschreibungen und Wertminderungen des Programmvermögens in Höhe von 1.026 Mio Euro (Vorjahr: 999 Mio Euro) werden in den Umsatzkosten ausgewiesen und bei der adjusted EBITDA-Ermittlung in Abzug gebracht.

ERLÄUTERUNGEN ZUR KONZERN-BILANZ

17 / Geschäfts- oder Firmenwerte

ENTWICKLUNG DER GESCHÄFTS- ODER FIRMENWERTE
in Mio Euro

	2021	2020
ANSCHAFFUNGSKOSTEN		
Stand 01.01.	**2.269**	**2.201**
Kursdifferenzen	46	−39
Zugänge	—	239
Abgänge	−60	−131
Stand 31.12.	**2.256**	**2.269**
WERTMINDERUNGEN		
Stand 01.01. / 31.12.	**93**	**93**
Buchwert 31.12.	**2.163**	**2.177**

Für weitere Informationen zu den Abgängen im Geschäftsjahr 2021 siehe
→ Ziffer 5 „Akquisitionen und Verkäufe mit Auswirkungen auf den Konsolidierungskreis“

Infolge der Resegmentierung zum 1. Januar 2021 erfolgte eine Reallokation der Geschäfts- oder Firmenwerte in Höhe von 77 Mio Euro, basierend auf relativen Werten, von der bestehenden zahlungsmittelgenerierenden Einheit Seven.One Entertainment (Vorjahr: Seven.One Entertainment Group) auf die neue zahlungsmittelgenerierende Einheit SevenVentures/SevenGrowth.
→ Ziffer 34 „Segmentberichterstattung“

Aufgrund einer Reorganisation im Segment Dating & Video (Vorjahr: ParshipMeet Group), erfolgte im dritten Quartal 2021 eine Reallokation der Geschäfts- oder Firmenwerte der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Dating & Video (Vorjahr: ParshipMeet Group), basierend auf relativen Werten, auf die neuen zahlungsmittelgenerierenden Einheiten Dating in Höhe von 386 Mio Euro und Video in Höhe von 172 Mio Euro.

Aus den im Rahmen der Reallokationen durchgeführten Werthaltigkeitstests resultierte kein Wertminderungsbedarf. Die Geschäfts- oder Firmenwerte verteilen sich nach den Reallokationen wie folgt auf die zahlungsmittelgenerierenden Einheiten:

ALLOKATION DER GESCHÄFTS- ODER FIRMENWERTE AUF DIE ZAHLUNGSMITTELGENERIERENDEN EINHEITEN

in Mio Euro

Zahlungsmittelgenerierende Einheit	Seven.One Entertainment	Red Arrow Studios	Dating	Video	NuCom Group	SevenVentures/ SevenGrowth	**Summe**
Buchwert Geschäfts- oder Firmenwerte 31.12.2021	798	315	389	180	404	77	2.163
Buchwert Geschäfts- oder Firmenwerte 31.12.2020[1]	876	331	549	—	421	—	2.177

1 Den Vorjahresangaben liegt die Struktur der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten vor den Reallokationen im Geschäftsjahr 2021 zugrunde. Der im Vorjahr der damaligen zahlungsmittelgenerierenden Einheit ParshipMeet Group zugeordnete Geschäfts- oder Firmenwert ist in der obigen Tabelle zum Zwecke einer übersichtlichen Darstellung vollständig der Spalte Dating zugeordnet.

Die Werthaltigkeitstests für die Geschäfts- oder Firmenwerte zum Abschlussstichtag haben wie im Vorjahr die Buchwerte bestätigt. Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die jeweils für den Werthaltigkeitstest der Geschäfts- oder Firmenwerte verwendeten Prämissen:

ANNAHMEN ZUR BEURTEILUNG DER WERTHALTIGKEIT DER GESCHÄFTS- ODER FIRMENWERTE

Zahlungsmittelgenerierende Einheit	Seven.One Entertainment	Red Arrow Studios	Dating	Video	NuCom Group	SevenVentures/ SevenGrowth
Umsatzwachstum p.a. nach Ende des Planungszeitraums[1]	1,0 % (1,0 %)	1,5 % (1,5 %)	1,5 % (1,5 %)	1,5 % (—)	1,5 % (1,5 %)	1,5 % (—)
Diskontierungssatz (vor Steuern)[1]	9,5 % (9,2 %)	9,6 % (9,3 %)	11,1 % (11,0 %)	11,7 % (—)	12,1 % (12,2 %)	10,0 % (—)

1 Vorjahreswerte in Klammern. Den Vorjahresangaben liegt die Struktur der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten vor den Reallokationen im Geschäftsjahr 2021 zugrunde. Die im Vorjahr gültigen Annahmen zur Beurteilung der Werthaltigkeit des Geschäfts- oder Firmenwerts der damaligen zahlungsmittelgenerierenden Einheit ParshipMeet Group werden in der obigen Tabelle zum Zwecke einer übersichtlichen Darstellung in der Spalte Dating ausgewiesen.

Die nach Ende des fünfjährigen Planungszeitraums verwendeten Umsatzwachstumsannahmen der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten orientieren sich an extern veröffentlichten Quellen. Die prognostizierten EBITDA-Margen der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten für den Zeitraum nach Ende des Planungszeitraums liegen in einer Bandbreite von 6,4 Prozent bis 30,4 Prozent (Vorjahr: 8,0 % bis 28,1 %). Die durchschnittlichen jährlichen Umsatzwachstumsannahmen während des Planungszeitraums basieren auf den zum Stichtag des Werthaltigkeitstests vom Management verabschiedeten Unternehmensplanungen und liegen zwischen 2,6 Prozent und 15,5 Prozent (Vorjahr: 3,3 % und 18,6 %). Der zur Diskontierung verwendete gewichtete durchschnittliche Gesamtkapitalkostensatz (Weighted Average Cost of Capital, WACC) spiegelt jeweils den vom Kapitalmarkt abgeleiteten, risikoadjustierten Zinssatz vor Steuern wider. Der Diskontierungssatz basiert auf dem laufzeitäquivalenten risikolosen Zinssatz in Höhe von 0,1 Prozent (Vorjahr: –0,2 %) sowie einer Marktrisikoprämie von 7,9 Prozent (Vorjahr: 8,0 %). Darüber hinaus werden individuell für jede zahlungsmittelgenerierende Einheit ein aus der jeweiligen Peer Group abgeleiteter Beta-Faktor, ein Fremdkapitalkostensatz sowie ein Verschuldungsgrad berücksichtigt. Zusätzlich werden länderspezifische Steuersätze und Risikoprämien in Abhängigkeit der individuellen Zusammensetzung der jeweiligen zahlungsmittelgenerierenden Einheit angesetzt. Der erzielbare Betrag wird in Form eines Nutzungswertes ermittelt.

Der geschätzte erzielbare Betrag der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Red Arrow Studios übersteigt deren Buchwert um 173 Mio Euro (Vorjahr: 132 Mio Euro). Sollte die EBITDA-Marge dieser zahlungsmittelgenerierenden Einheit nach Ende des Planungszeitraums um 1,8 Prozentpunkte (Vorjahr: 1,3 Prozentpunkte) zurückgehen oder sich der Diskontierungssatz vor Steuern um 3,3 Prozentpunkte (Vorjahr: 2,0 Prozentpunkte) erhöhen, entspräche der ermittelte erzielbare Betrag dem Buchwert der zahlungsmittelgenerierenden Einheit.

Da die erzielbaren Beträge der anderen zahlungsmittelgenerierenden Einheiten weit über ihrem jeweiligen Buchwert liegen, werden für diese keine Sensitivitätsanalysen in Bezug auf die wesentlichen Annahmen zur Berechnung des jeweiligen erzielbaren Betrags angegeben.

WESENTLICHE ANNAHMEN UND SCHÄTZUNGEN

Die Prämissen sowie die zugrundeliegende Methodik bei der Durchführung des Werthaltigkeitstests können einen erheblichen Einfluss auf die jeweiligen Werte und letztlich auf die Höhe einer möglichen Wertminderung von Geschäfts- oder Firmenwerten haben. Insbesondere die Ermittlung diskontierter Cashflows unterliegt in umfangreichem Ausmaß Planungsannahmen, die insbesondere sensitiv auf Änderungen des gesamtwirtschaftlichen Marktumfeldes reagieren und damit die Werthaltigkeit signifikant beeinflussen können.

18 / Programmvermögen

Das Programmvermögen beinhaltet Rechte an Spielfilmen, Serien, Auftragsproduktionen, digitalem Content sowie geleistete Anzahlungen auf derartige Rechte und Sportrechte.

ENTWICKLUNG DES PROGRAMMVERMÖGENS

in Mio Euro

	Aktivierte Rechte	Geleistete Anzahlungen	**Summe**
Stand 01.01.2020	**1.084**	**121**	**1.204**
Zugänge	951	75	1.027
Abgänge	−17	—	−17
Umbuchungen	82	−82	—
Abschreibungen	−866	—	−866
Wertminderungen	−133	—	−133
Sonstige	—	−1	−1
Stand 31.12.2020 / 01.01.2021	**1.100**	**113**	**1.213**
davon langfristiges Programmvermögen			1.072
davon kurzfristiges Programmvermögen			141
Zugänge	906	77	983
Abgänge	−25	0	−25
Umbuchungen	74	−74	—
Abschreibungen	−883	—	−883
Wertminderungen	−143	—	−143
Sonstige	−1	0	−1
Stand 31.12.2021	**1.029**	**116**	**1.145**
davon langfristiges Programmvermögen			973
davon kurzfristiges Programmvermögen			172

WESENTLICHE ANNAHMEN UND SCHÄTZUNGEN

Wesentliche Bestandteile des Programmvermögens werden von großen Filmstudios in Form von Filmpaketen erworben. Dabei erfolgt die Erstbewertung der einzelnen Lizenzen dieser Filmpakete unter anderem in Relation zu den erwarteten Zuschauerreichweiten der Ausstrahlungen der einzelnen Lizenzen. Abschreibungen des Programmvermögens erfasst der Konzern degressiv über die Anzahl der Ausstrahlungen nach einer konzernweit standardisierten Matrix, die das mit der jeweiligen Ausstrahlung verbundene erwartete Zuschauerreichweitenpotenzial widerspiegelt. Wertminderungen werden auf Ebene von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten (Programmgruppen) erfasst, falls die geschätzten Erlöse der jeweiligen zahlungsmittelgenerierenden Einheit den Buchwert dieser nicht mehr decken können. Die dabei geschätzten Erlöse unterliegen in umfangreichem Ausmaß Planungsannahmen, die sensitiv auf Änderungen reagieren und damit die Werthaltigkeit signifikant beeinflussen können. Aufgrund der Anpassung der Programmgruppen im Berichtsjahr erfolgte die Werthaltigkeitsprüfung des Programmvermögens sowohl auf Ebene der bisherigen wie auch der neuen Programmgruppen.

19 / Sonstige immaterielle Vermögenswerte

ENTWICKLUNG DER SONSTIGEN IMMATERIELLEN VERMÖGENSWERTE
in Mio Euro

	Marken	Kunden-beziehungen	Selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte	Übrige immaterielle Vermögenswerte	Geleistete Anzahlungen	Summe
ANSCHAFFUNGSKOSTEN						
Stand 01.01.2020	**491**	**254**	**167**	**531**	**51**	**1.493**
Kursdifferenzen	−9	−8	0	−7	—	−24
Veränderungen Konsolidierungskreis	137	−30	—	10	0	117
Zugänge	—	—	37	58	41	136
Umbuchungen	—	—	12	17	−29	—
Abgänge	−2	−14	−18	−62	−3	−99
Stand 31.12.2020 / 01.01.2021	**617**	**203**	**197**	**547**	**60**	**1.623**
Kursdifferenzen	14	8	0	8	0	30
Veränderungen Konsolidierungskreis	−28	−10	−11	−81	−1	−130
Zugänge	—	—	35	42	47	124
Umbuchungen	—	—	45	11	−55	—
Abgänge	—	−1	−9	−44	−7	−61
Stand 31.12.2021	**603**	**199**	**256**	**483**	**44**	**1.586**
ABSCHREIBUNGEN UND WERTMINDERUNGEN						
Stand 01.01.2020	**49**	**132**	**85**	**385**	**7**	**658**
Kursdifferenzen	0	−5	0	−5	—	−10
Veränderungen Konsolidierungskreis	−2	−27	—	−8	—	−38
Zugänge[1]	10	30	36	91	1	168
Abgänge	−2	−14	−20	−61	−2	−98
Stand 31.12.2020 / 01.01.2021	**55**	**116**	**101**	**403**	**5**	**680**
Kursdifferenzen	1	5	0	5	—	11
Veränderungen Konsolidierungskreis	−11	−3	−5	−67	—	−87
Zugänge[1]	7	31	52	78	5	173
Abgänge	—	−1	−10	−43	−5	−58
Stand 31.12.2021	**50**	**147**	**139**	**376**	**6**	**719**
Buchwert 31.12.2020	**563**	**86**	**96**	**143**	**55**	**943**
Buchwert 31.12.2021	**553**	**52**	**117**	**107**	**38**	**867**

1 Die Zugänge zu den Abschreibungen und Wertminderungen sind nach Abzug von Wertaufholungen dargestellt.

Die Zugänge zu den Abschreibungen und Wertminderungen enthalten Wertminderungen in Höhe von 27 Mio Euro (Vorjahr: 8 Mio Euro). Diese betreffen im Wesentlichen eingestellte Plattformen und deren Inhalte im Segment Entertainment sowie nicht mehr genutzte selbsterstellte Technologien im Segment Commerce & Ventures. Zudem ist in den Abschreibungen und Wertminderungen eine Wertaufholung auf eine Marke mit bestimmter Nutzungsdauer aus dem Commerce & Ventures Segment in Höhe von 9 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) enthalten.

Die übrigen immateriellen Vermögenswerte beinhalten im Wesentlichen Software, Lizenzen aus der Vermarktung von digitalen Angeboten externer Anbieter und gewerbliche Schutzrechte.

Die Marken beinhalten Vermögenswerte mit bestimmter und unbestimmter Nutzungsdauer. Der Buchwert der Marken mit unbestimmter Nutzungsdauer beträgt am Abschlussstichtag 358 Mio Euro (Vorjahr: 370 Mio Euro).

Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die Zuordnung der wesentlichen Marken mit unbestimmter Nutzungsdauer zu den zahlungsmittelgenerierenden Einheiten für Zwecke des obligatorischen jährlichen Werthaltigkeitstests sowie die in die jeweiligen Werthaltigkeitstests eingeflossenen Prämissen:

ANNAHMEN ZUR BEURTEILUNG DER WERTHALTIGKEIT DER WESENTLICHEN MARKEN MIT UNBESTIMMTER NUTZUNGSDAUER

Zahlungsmittelgenerierende Einheit	Verivox	Parship/ElitePartner
Umsatzwachstum p.a. nach Ende des Planungszeitraums[1]	1,5 % (1,5 %)	1,5 % (1,5 %)
Diskontierungssatz (vor Steuern)[1]	12,1 % (11,6 %)	11,2 % (11,1 %)
Buchwert Marken mit unbestimmter Nutzungsdauer (in Mio Euro)[1]	**107 (107)**	**141 (141)**

1 Vorjahreswerte in Klammern.

Die zum 31. Dezember 2021 durchgeführten Werthaltigkeitstests für die Marken mit unbestimmter Nutzungsdauer haben wie im Vorjahr die Buchwerte bestätigt.

Die durchschnittlichen jährlichen Umsatzwachstumsannahmen der oben dargestellten zahlungsmittelgenerierenden Einheiten im fünfjährigen Planungszeitraum basieren auf den zum Stichtag des Werthaltigkeitstests vom Management verabschiedeten Unternehmensplanungen und liegen zwischen 3,6 Prozent und 9,5 Prozent (Vorjahr: 7,7 % und 8,8 %).

WESENTLICHE ANNAHMEN UND SCHÄTZUNGEN

Die Prämissen sowie die zugrundeliegende Methodik bei der Durchführung des Werthaltigkeitstests können einen erheblichen Einfluss auf die jeweiligen Werte und letztlich auf die Höhe einer möglichen Wertminderung von sonstigen immateriellen Vermögenswerten haben. Insbesondere die Ermittlung diskontierter Cashflows unterliegt in umfangreichem Ausmaß Planungsannahmen, die insbesondere sensitiv auf Änderungen des gesamtwirtschaftlichen Marktumfeldes reagieren und damit die Werthaltigkeit signifikant beeinflussen können.

20 / Sachanlagen und Nutzungsrechte an Sachanlagen

Die Entwicklung der Sachanlagen und Nutzungsrechten an Sachanlagen ist in folgender Tabelle dargestellt:

in Mio Euro

	Immobilien	Technische Anlagen	Betriebs- und Geschäfts-ausstattung	Geleistete Anzahlungen	**Summe**
ANSCHAFFUNGSKOSTEN					
Stand 01.01.2020	**441**	**174**	**89**	**45**	**749**
Kursdifferenzen	−5	−2	0	−1	−8
Veränderungen Konsolidierungskreis	−1	−10	0	0	−10
Zugänge	119	14	11	45	188
Umbuchungen	1	3	—	−4	—
Abgänge	−26	−5	−8	−1	−39
Stand 31.12.2020 / 01.01.2021	**529**	**174**	**91**	**85**	**879**
Kursdifferenzen	5	2	1	0	8
Veränderungen Konsolidierungskreis	−3	0	−1	—	−4
Zugänge	28	26	11	62	128
Umbuchungen	1	10	6	−17	—
Abgänge	−86	−4	−11	2	−99
Stand 31.12.2021	**475**	**209**	**97**	**132**	**912**
ABSCHREIBUNGEN UND WERTMINDERUNGEN					
Stand 01.01.2020	**199**	**138**	**62**	**—**	**398**
Kursdifferenzen	−2	−1	0	—	−3
Veränderungen Konsolidierungskreis	−1	−6	−1	—	−8
Zugänge	51	18	12	—	81
Abgänge	−18	−6	−7	—	−31
Stand 31.12.2020 / 01.01.2021	**229**	**143**	**64**	**—**	**437**
Kursdifferenzen	2	1	0	—	4
Veränderungen Konsolidierungskreis	−2	0	−1	—	−4
Zugänge	45	20	13	0	79
Abgänge	−84	−3	−11	—	−98
Stand 31.12.2021	**191**	**161**	**65**	**0**	**417**
Buchwert 31.12.2020	**300**	**31**	**27**	**85**	**443**
Buchwert 31.12.2021	**284**	**48**	**31**	**131**	**495**

Die Zugänge zu den Abschreibungen und Wertminderungen enthalten Wertminderungen in Höhe von 2 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro), die auf das Segment Commerce & Ventures entfallen.

In den Positionen Immobilien und geleistete Anzahlungen sind Grundstücke und Gebäude enthalten, die der Leasing-Objektgesellschaft gehören, mit der die ProSiebenSat.1 Media SE im Geschäftsjahr 2018 einen Leasingvertrag über den Neubau des Firmencampus am Standort Unterföhring geschlossen hat. Da die ProSiebenSat.1 Group die relevanten Aktivitäten der Objektgesellschaft bestimmen kann, wird diese vollkonsolidiert. Die Verbindlichkeiten der Objektgesellschaft gegenüber den finanzierenden Banken werden als Immobilienkredite in den sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten des Konzerns erfasst. Die Grundstücke und Gebäude (Bestand und neu zu errichten) sind in Höhe der bereits in Anspruch genommenen Finanzierung grundschuldbelastet.

→ **Ziffer 29 „Finanzielle Verbindlichkeiten“**

Die im Geschäftsjahr 2021 aktivierten Fremdkapitalkosten belaufen sich auf 2 Mio Euro (Vorjahr: 4 Mio Euro).

21 / Leasing

Die von der ProSiebenSat.1 Group abgeschlossenen Leasingverhältnisse beziehen sich auf die Anmietung von Immobilien, insbesondere von Büro- und Lagerflächen, sowie von übrigen Sachanlagen, vor allem Informationstechnologie, Betriebs- und Geschäftsausstattung sowie Fahrzeuge für Mitarbeiter:innen.

Die Buchwertentwicklung der Nutzungsrechte aus Leasingverhältnissen ergibt sich wie folgt:

in Mio Euro

	Immobilien	Übrige Sachanlagen	**Summe**
Stand 01.01.2020	**171**	**8**	**179**
Kursdifferenzen	−3	0	−3
Veränderungen Konsolidierungskreis	1	−1	0
Zugänge	99	5	104
Abgänge	−3	0	−3
Abschreibungen und Wertminderungen[1]	−34	−5	−40
Stand 31.12.2020 / 01.01.2021	**229**	**7**	**236**
Kursdifferenzen	3	0	3
Zugänge	22	13	34
Abgänge	−2	0	−3
Abschreibungen und Wertminderungen[1]	−37	−7	−44
Stand 31.12.2021	**214**	**12**	**226**

1 Die darin erfassten Wertminderungen in Höhe von 2 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) beziehen sich im Wesentlichen auf Nutzungsrechte an Immobilien.

Die Zugänge an Nutzungsrechten aus Immobilienleasingverträgen in Höhe von 22 Mio Euro (Vorjahr: 99 Mio Euro) resultieren im Wesentlichen aus der Anmietung von Büro- und Lagerflächen.

Die Beträge der Gewinn- und Verlustrechnung, die auf Leasingverhältnisse entfallen, in denen die ProSiebenSat.1 Group als Leasingnehmer auftritt, sind in der folgenden Tabelle dargestellt:

LEASINGBETRÄGE IN DER KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

in Mio Euro

	2021	2020
Abschreibungen und Wertminderungen	44	40
Zinsaufwendungen	4	4
Aufwendungen für kurzfristige Leasingverhältnisse und Leasingverhältnisse über Vermögenswerte von geringem Wert	1	1
Summe der Aufwendungen für Leasing	**49**	**45**

Die gesamten Zahlungsmittelabflüsse aus Leasingverhältnissen, in denen die ProSiebenSat.1 Group als Leasingnehmer auftritt, einschließlich nicht bilanzierter kurzfristiger oder geringwertiger Leasingverhältnisse, beliefen sich im Geschäftsjahr 2021 auf 47 Mio Euro (Vorjahr: 44 Mio Euro). Davon entfielen 4 Mio Euro auf Zinszahlungen (Vorjahr: 4 Mio Euro).

22 / At-Equity bewertete Anteile

Zum Berichtsstichtag hat die ProSiebenSat.1 Group, ebenso wie im Vorjahr, als einziges wesentliches nach der Equity-Methode bilanziertes Investment die Beteiligung von unverändert 50 Prozent an Joyn identifiziert.

Folgende Übersicht zeigt zusammengefasste Finanzinformationen sowie eine Überleitung auf den Buchwert des Anteils des Konzerns an Joyn:

FINANZINFORMATIONEN ZU JOYN
in Mio Euro

	31.12.2021	31.12.2020
Langfristige Vermögenswerte	57	61
Kurzfristige Vermögenswerte	38	60
davon Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	11	21
Langfristige Schulden	7	15
davon finanzielle Verbindlichkeiten (ausschl. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und Rückstellungen)	7	8
Kurzfristige Schulden	62	85
davon finanzielle Verbindlichkeiten (ausschl. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und Rückstellungen)	1	1
Nettovermögen (100 %)	**26**	**20**
Anteil des Konzerns am Nettovermögen (50 %)	13	10
Eliminierung nicht realisierter Zwischengewinne	−1	—
Anteilige Eliminierung des Entkonsolidierungsgewinns aus der Veräußerung der maxdome GmbH	−10	−10
Wertminderung der Beteiligung auf Konzernebene	−2	0
Buchwert des Anteils am Gemeinschaftsunternehmen	**0**	**0**
Umsatzerlöse	66	58
Abschreibungen und Wertminderungen auf Sachanlagen und sonstige immaterielle Vermögenswerte	−2	−40
Periodenergebnis (100 %)	−89	−163
Anteil des Konzerns am Periodenergebnis (50 %)	**−45**	**−82**

Die Abschreibungen und Wertminderungen auf Sachanlagen und sonstige immaterielle Vermögenswerte in Höhe von 2 Mio Euro (Vorjahr: 40 Mio Euro) entfallen im Berichtsjahr 2021 vollständig auf Abschreibungen. Im Vorjahr waren darin auch Wertminderungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte in Höhe von 26 Mio Euro enthalten.

Der Mittelabfluss aus den im Geschäftsjahr 2021 durchgeführten Einzahlungen in die Kapitalrücklage bei Joyn in Höhe von 47 Mio Euro (Vorjahr: 75 Mio Euro) ist in den Auszahlungen für Investitionen in at-Equity bewertete Anteile und finanzielle Vermögenswerte im Cashflow aus Investitionstätigkeit ausgewiesen.

Zu der am Abschlussstichtag bestehenden Finanzierungszusage gegenüber Joyn siehe
→ **Ziffer 33 „Erläuterungen zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“**

Da die Anteile an Joyn nicht börsennotiert sind, liegen keine Marktwerte vor. Im Berichtsjahr 2021 hat die ProSiebenSat.1 Group von Joyn, wie im Vorjahr, keine Dividenden vereinnahmt.

Die ProSiebenSat.1 Group hält neben Joyn weitere Anteile an assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen, die für den Konzern von untergeordneter Bedeutung sind. Der Buchwert dieser Anteile beträgt zum Abschlussstichtag 61 Mio Euro (Vorjahr: 14 Mio Euro). Der Anstieg reflektiert im Wesentlichen den Erwerb der Beteiligung an Urban Sports Club, deren Buchwert zum Abschlussstichtag 50 Mio Euro beträgt.
→ **Ziffer 5 „Akquisitionen und Verkäufe mit Auswirkungen auf den Konsolidierungskreis“**

23 / Forderungen und sonstige finanzielle Vermögenswerte

in Mio Euro

	31.12.2021			31.12.2020		
	kurzfristig	**langfristig**	**Summe**	kurzfristig	langfristig	Summe
Vertragsvermögenswerte	34	—	34	29	—	29
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	470	13	483	540	19	559
Summe Forderungen	**504**	**13**	**517**	**569**	**19**	**588**
Fondsanteile zur Absicherung von Pensionsverpflichtungen	—	27	27	—	28	28
Eigenkapitalinstrumente	55	270	325	—	212	212
Derivate	30	31	61	12	7	19
Übrige finanzielle Vermögenswerte	54	11	65	37	5	42
Summe sonstige finanzielle Vermögenswerte	**139**	**340**	**478**	**50**	**252**	**302**
Summe	**643**	**353**	**996**	**619**	**271**	**890**

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen enthalten auch Forderungen gegenüber nahestehenden Unternehmen.
→ Ziffer 36 „Beziehungen zu nahestehenden Personen und Unternehmen“

Unter den Eigenkapitalinstrumenten werden insbesondere Fondsinvestments sowie Minderheitsbeteiligungen, die der Konzern im Rahmen seiner Media-for-Equity-Strategie erwirbt, ausgewiesen. Bei den als kurzfristig eingestuften Eigenkapitalinstrumenten handelt es sich im Wesentlichen um ABOUT YOU Aktien. Der Anstieg der Eigenkapitalinstrumente im Vergleich zum Vorjahr beruht im Wesentlichen auf Bewertungseffekten.

Bei den Derivaten handelt es sich überwiegend um Devisentermingeschäfte, die der Absicherung von Währungsrisiken dienen.
→ Ziffer 33 „Erläuterungen zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“

Die übrigen finanziellen Vermögenswerte enthalten im Wesentlichen Erstattungsforderungen gegenüber Lieferant:innen, Kaufpreisforderungen aus Unternehmensverkäufen und Forderungen aus der Stellung von Sicherheiten.

Die folgende Tabelle gibt die Veränderungen der Wertberichtigungen auf den Bruttobestand an Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und an Vertragsvermögenswerten aus Verträgen mit Kund:innen wieder:

WERTBERICHTIGUNGEN

in Mio Euro

	2021	**davon auf einzelwertberichtigte Forderungen**	2020	davon auf einzelwertberichtigte Forderungen
Stand 01.01.	**45**	**35**	**44**	**36**
Zuführung	16	16	25	24
Auflösung	−14	−10	−8	−8
Verbrauch	−13	−11	−17	−17
Änderungen Konsolidierungskreis	0	—	1	0
Stand 31.12.	**35**	**29**	**45**	**35**

Für weitere Informationen zur Kreditvorsorge siehe
→ Ziffer 33 „Erläuterungen zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“

24 / Übrige Forderungen und Vermögenswerte

in Mio Euro

	31.12.2021			31.12.2020		
	kurzfristig	**langfristig**	**Summe**	kurzfristig	langfristig	Summe
Abgrenzungsposten	37	2	39	24	—	24
Umsatzsteuerforderungen	21	—	21	1	—	1
Geleistete Vorauszahlungen	6	—	6	9	—	9
Sonstige	27	1	28	13	2	15
Summe übrige Forderungen und Vermögenswerte	**91**	**3**	**94**	**47**	**2**	**49**

In der Position „Sonstige“ sind eine Vielzahl unwesentlicher Einzelposten enthalten.

25 / Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente umfassen die in der folgenden Tabelle dargestellten Kategorien, wobei die Bankguthaben und die Anlagen in Termingeld zum Zeitpunkt der Ersterfassung eine Fälligkeit von bis zu drei Monaten haben.

in Mio Euro

	31.12.2021	31.12.2020
Bankguthaben	550	1.028
Termingeld	44	196
Summe Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	**594**	**1.224**

Der deutliche Rückgang der Zahlungsmittelbestände resultiert im Wesentlichen aus der vorzeitigen Rückzahlung einer Anleihe und Teilen eines syndizierten Darlehens. Zudem hatte der Konzern im Vorjahr im Umfeld der Pandemie seine Dividendenzahlung ausgesetzt.

Die zahlungswirksamen und zahlungsunwirksamen Veränderungen finanzieller Schulden sind in folgender Tabelle dargestellt:

ENTWICKLUNG DER VERBINDLICHKEITEN AUS FINANZIERUNGSTÄTIGKEITEN

in Mio Euro

	01.01.2021	Zahlungswirksame Änderungen	Zahlungsunwirksame Änderungen			**31.12.2021**
			Veränderungen Konsolidierungskreis	Auswirkungen von Wechselkursänderungen	Zugänge/ Sonstige	
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	2.591	−202	—	—	5	2.395
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	608	−550	—	0	−7	51
Leasingverbindlichkeiten	228	−42	−1	4	32	220
Immobilienkredite	71	26	—	—	—	97
Summe	**3.498**	**−769**	**−1**	**4**	**30**	**2.763**

ENTWICKLUNG DER VERBINDLICHKEITEN AUS FINANZIERUNGSTÄTIGKEITEN
in Mio Euro

	01.01.2020	Zahlungs-wirksame Änderungen	Zahlungsunwirksame Änderungen			31.12.2020
			Veränderungen Konsolidierungs-kreis	Auswirkungen von Wechselkurs-änderungen	Zugänge/ Sonstige	
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	3.190	−2	—	0	−596	2.591
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	12	−33	27	1	600	608
Leasingverbindlichkeiten	171	−39	0	−5	101	228
Immobilienkredite	48	24	—	—	—	71
Summe	**3.420**	**−50**	**27**	**−4**	**105**	**3.498**

26 / Eigenkapital

Das gezeichnete Kapital der ProSiebenSat.1 Media SE beträgt zum 31. Dezember 2021 233 Mio Euro (Vorjahr: 233 Mio Euro) mit einem rechnerischen Wert je Aktie von 1,00 Euro. Zum 31. Dezember 2021 beträgt die Zahl der ausgegebenen Aktien somit 233.000.000 (Vorjahr: 233.000.000 Aktien), von denen die Gesellschaft 6.694.738 Aktien (Vorjahr: 6.771.747 Aktien) im Eigenbestand hält.
→ Unterabschnitt „Eigene Anteile“

Die Kapitalrücklage beträgt 1.046 Mio Euro (Vorjahr: 1.045 Mio Euro). Sie umfasst im Wesentlichen von den Gesellschaftern über das gezeichnete Kapital hinaus zugeführte eigene Mittel.

Das kumulierte sonstige Ergebnis im Eigenkapital der ProSiebenSat.1 Group von 45 Mio Euro (Vorjahr: -44 Mio Euro) betrifft in Höhe von 22 Mio Euro die Währungsumrechnung von Abschlüssen ausländischer Tochterunternehmen (Vorjahr: -33 Mio Euro), in Höhe von 34 Mio Euro die Cashflow-Hedge-Rücklage nach Steuern (Vorjahr: 0 Mio Euro), und in Höhe von minus 11 Mio Euro nach Steuern die Neubewertung leistungsorientierter Versorgungspläne (Vorjahr: -11 Mio Euro).

Die im Laufe des Geschäftsjahres 2021 im sonstigen Ergebnis erfassten Aufwendungen und Erträge ergeben sich im Einzelnen wie folgt:

SONSTIGES ERGEBNIS
in Mio Euro

	2021			2020		
	vor Steuern	**Ertragsteuern**	**nach Steuern**	vor Steuern	Ertragsteuern	nach Steuern
Währungsumrechnung[1]	**72**	**—**	**72**	**−56**	**—**	**−56**
Cashflow-Hedges	**47**	**−13**	**34**	**−70**	**20**	**−50**
Neubewertung leistungsorientierter Versorgungspläne	**0**	**0**	**0**	**−1**	**0**	**−1**
Summe Sonstiges Ergebnis[1]	**120**	**−13**	**106**	**−128**	**20**	**−108**

1 Von den Vor- und Nachsteuerbeträgen entfallen im Geschäftsjahr 2021 17 Mio Euro (Vorjahr: -8 Mio Euro) auf nicht-beherrschende Anteile anderer Gesellschafter.

ANTEILE ANDERER GESELLSCHAFTER

An Tochterunternehmen sind mit Ausnahme der General Atlantic PD GmbH, München („General Atlantic”), einer indirekten Tochtergesellschaft der General Atlantic Coöperatief U.A., Amsterdam, Niederlande, keine anderen Gesellschafter wesentlich beteiligt. General Atlantic hält einen nicht-beherrschenden Geschäfts- und Stimmrechtsanteil von 28,4 % an der NuCom Group und seit dem 4. September 2020 einen nicht-beherrschenden Geschäfts- und Stimmrechtsanteil von 45,0 % an

der ParshipMeet Holding. Die ParshipMeet Holding und ihre Tochtergesellschaften („ParshipMeet Group") bilden das Segment Dating & Video.
→ Ziffer 34 „Segmentberichterstattung"

Da die ProSiebenSat.1 Group jeweils einen Vorzugsgeschäftsanteil an der NuCom Group und der ParshipMeet Group hält, erfolgt die Aufteilung des Nettovermögens und des Periodenergebnisses disproportional zum jeweiligen Anteil am Kapital. Die Vorzugsgeschäftsanteile gewähren einen fixen Verzinsungsanspruch in Höhe von 8 Prozent per annum auf den Vorzugsbetrag sowie eine Liquidationspräferenz. Sofern der Beirat die Ausschüttung einer Dividende beschließt, wird die Verzinsung in Form einer Vorabdividende geleistet. Andernfalls erhöht der Zinsanspruch den Vorzugsbetrag. Die quotale Verteilung des Nettovermögens erfolgt entsprechend nach Abzug der Vorzugsgeschäftsanteile, die des Periodenergebnisses nach Abzug der erworbenen Vorzugszinsansprüche. Zum 31. Dezember 2021 belaufen sich die Ansprüche aus den Vorzugsgeschäftsanteilen auf 602 Mio Euro (Vorjahr: 658 Mio Euro).

Die folgende Tabelle enthält Finanzinformationen zu den betroffenen Unternehmensgruppen sowie eine Überleitung vom Nettovermögen der Unternehmensgruppen zum quotalen Anteil der General Atlantic als nicht-beherrschender Gesellschafterin. Die Darstellung basiert auf Angaben vor Intra-Group-Eliminierungen.

FINANZINFORMATIONEN ZUR NUCOM GROUP UND PARSHIPMEET GROUP

in Mio Euro

	31.12.2021		31.12.2020	
	NuCom Group	**ParshipMeet Group**	NuCom Group	ParshipMeet Group
Langfristige Vermögenswerte	817	971	854	956
Kurzfristige Vermögenswerte	245	204	455	153
Langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	220	165	222	221
Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	228	118	225	110
Nettovermögen	**615**	**892**	**862**	**778**
Vorzugsgeschäftsanteil	−214	−388	−299	−359
Anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Nettovermögen (ohne General Atlantic)	−3	—	2	—
Anteil General Atlantic	28,4 %	45,0 %	28,4 %	45,0 %
General Atlantic zuzurechnendes Nettovermögen	**115**	**227**	**159**	**189**

	2021		2020	
	NuCom Group	**ParshipMeet Group**	NuCom Group	ParshipMeet Group[1]
Umsatzerlöse	701	542	960	197
Ergebnis vor Steuern	–79	100	90	–14
Periodenergebnis	**–80**	**78**	**88**	**–32**
Den Gesellschaftern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Periodenergebnis	–52	56	85	–14
General Atlantic zuzurechnendes Periodenergebnis	–28	22	4	–19
Anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Periodenergebnis	0	—	0	—
Sonstiges Ergebnis	**0**	**36**	**–3**	**–17**
Gesamtergebnis	**–80**	**114**	**85**	**–49**
Den Gesellschaftern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Gesamtergebnis	–52	76	81	–23
General Atlantic zuzurechnendes Gesamtergebnis	–28	38	4	–27
Anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Gesamtergebnis	0	—	0	—
Verzinsung Vorzugsgeschäftsanteil	**19**	**29**	**40**	**9**
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	**–287**	**41**	**239**	**66**

1 Es werden die Ergebnisse der ParshipMeet Group ab deren Gründung im August 2020 gezeigt.

Am 16. April 2021 beschloss die ordentliche Hauptversammlung der NuCom insgesamt 60 Mio Euro aus dem Bilanzgewinn des Rumpfgeschäftsjahres vom 1. August bis zum 31. Dezember 2020 an die Stammaktionäre auszuschütten. Hiervon entfielen 17 Mio Euro auf General Atlantic.

Sowohl bei der NuCom Group als auch der ParshipMeet Group verfügt General Atlantic als nicht-beherrschende Gesellschafterin über vertraglich fixierte Schutzrechte (unter anderem im Zusammenhang mit der Veräußerung wesentlicher Vermögenswerte), welche die Möglichkeit des Konzerns, Zugang zu Vermögenswerten von Tochterunternehmen zu erlangen oder diese zu verwenden, maßgeblich beschränken können.

Ein Betrag von 5 Mio Euro (Vorjahr: 4 Mio Euro) am Nettovermögen der ProSiebenSat.1 Group sowie ein Betrag von 0 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) am Gesamtergebnis entfällt auf mehrere weitere nicht-beherrschende Anteile anderer Gesellschafter.

SONSTIGES EIGENKAPITAL

Zum 31. Dezember 2021 beträgt das sonstige Eigenkapital minus 136 Mio Euro (Vorjahr: -129 Mio Euro).

Im Vorjahr hat im Wesentlichen General Atlantics Erwerb eines nicht-beherrschenden Anteils an der ParshipMeet Group zu einer Minderung des sonstigen Eigenkapitals um 107 Mio Euro geführt.

GEWINNVERWENDUNG

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde eine Dividende je Aktie von 0,49 Euro (im Vorjahr: 0,00 Euro) ausgeschüttet. Die Dividendenzahlung belief sich auf 111Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro).

Für das Geschäftsjahr 2021 empfiehlt der Vorstand dem Aufsichtsrat, der Hauptversammlung die Ausschüttung einer Dividende von 0,80 Euro je Aktie an die dividendenberechtigten Inhaber:innen vorzuschlagen. Dies entspricht einer erwarteten Gesamtzahlung von rund 181 Mio Euro. Die

Zahlung der vorgeschlagenen Dividende ist abhängig von der Zustimmung der Hauptversammlung am 5. Mai 2022.

GENEHMIGTES KAPITAL

Aufgrund eines Beschlusses der Hauptversammlung vom 1. Juni 2021 wurde ein neues genehmigtes Kapital geschaffen (Genehmigtes Kapital 2021). Dem Beschluss zufolge ist der Vorstand bis einschließlich 31. Mai 2026 ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital um insgesamt bis zu 46.600.000 Euro durch ein- oder mehrmalige Ausgabe neuer auf den Namen lautender Stückaktien gegen Bar- und/oder Sacheinlagen zu erhöhen und dabei das Bezugsrecht der Aktionäre unter bestimmten Bedingungen auszuschließen.

Zudem hat die Hauptversammlung die Aufhebung des bis dahin bestehenden genehmigten Kapitals (Genehmigtes Kapital 2016) beschlossen.

BEDINGTES KAPITAL

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 1. Juni 2021 wurde der Vorstand ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 31. Mai 2026 auf den Inhaber und/oder auf den Namen lautende Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen im Gesamtnennbetrag von bis zu 800 Mio Euro gegen Bar- und/oder Sachleistung zu begeben und den Inhabern bzw. Gläubigern dieser Schuldverschreibungen Wandlungs- oder Optionsrechte zum Bezug von insgesamt bis zu 23.300.000 neuen auf den Namen lautenden Stückaktien mit einem anteiligen Betrag des Grundkapitals von insgesamt bis zu 23.300.000 Euro zu gewähren und/oder für die ProSiebenSat.1 Media SE als Emittentin entsprechende Wandlungsrechte vorzusehen (Ermächtigung 2021). Das Grundkapital wurde hierzu um insgesamt bis zu 23.300.000 Euro durch Ausgabe von insgesamt bis zu 23.300.000 neuen auf den Namen lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2021). Der Vorstand ist ermächtigt, das gesetzliche Bezugsrecht der Aktionäre unter bestimmten Bedingungen auszuschließen.

Zudem hat die Hauptversammlung die Aufhebung der bis dahin bestehenden Ermächtigung des Vorstands zur Ausgabe von Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen (Ermächtigung 2016) und des zugehörigen bedingten Kapitals (Bedingtes Kapital 2016) beschlossen.

EIGENE ANTEILE

Die Hauptversammlung hat die Gesellschaft mit Beschluss vom 12. Juni 2019 gemäß § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis einschließlich 11. Juni 2024 eigene Aktien der Gesellschaft im Umfang von insgesamt bis zu 10,0 Prozent des zum Zeitpunkt der Erteilung der Ermächtigung oder – falls dieser Wert geringer ist – des zum Zeitpunkt der Ausübung der Ermächtigung bestehenden Grundkapitals der Gesellschaft nach näherer Maßgabe der Bestimmungen der Ermächtigung zu erwerben und diese, in den in der Ermächtigung näher bezeichneten Fällen auch unter Ausschluss des Bezugsrechts, zu verwenden (Ermächtigung 2019). Der Erwerb eigener Aktien kann dabei im Umfang von insgesamt bis zu 5,0 Prozent des im Zeitpunkt der Erteilung der Ermächtigung oder – falls dieser Wert geringer ist – des zum Zeitpunkt der Ausübung der Ermächtigung bestehenden Grundkapitals nach näherer Maßgabe der Bestimmungen der Ermächtigung auch unter Einsatz von Derivaten erfolgen.

In den Geschäftsjahren 2021 und 2020 wurden keine eigenen Aktien erworben.

Das Mitarbeiteraktienprogramm „myShares“ wird regelmäßig über die Ausgabe eigener Aktien bedient. Im Geschäftsjahr 2021 wurden im Rahmen des Programms 77.009 (Vorjahr: 87.433) eigene Aktien an Mitarbeiter:innen ausgegeben. Insgesamt verringerte sich die Anzahl der eigenen Aktien von 6.771.747 zum 31. Dezember 2020 auf 6.694.738 zum 31. Dezember 2021.

ANGABEN ZUM KAPITALMANAGEMENT

Als Instrumente zur Kapitalsteuerung stehen der ProSiebenSat.1 Group Eigenkapitalmaßnahmen, Dividendenzahlungen an Anteilseigner, Aktienrückkäufe und Fremdfinanzierungsmaßnahmen zur Verfügung.

Das Kapitalmanagement der ProSiebenSat.1 Group verfolgt das Ziel, langfristig die Unternehmensfortführung zu sichern und angemessene Renditen für die Anteilseigner zu erwirtschaften. Änderungen der gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen sowie Risiken aus den zugrundeliegenden Geschäftsaktivitäten trägt das Management Rechnung. Für die ProSiebenSat.1 Group ist es weiterhin wichtig, sowohl den uneingeschränkten Kapitalmarktzugang zu verschiedenen Fremdfinanzierungsmitteln als auch die Bedienung der Finanzverbindlichkeiten sicherzustellen.

Im Rahmen des aktiven Fremdkapitalmanagements werden insbesondere der Verschuldungsgrad als Verhältnis von Netto-Finanzverbindlichkeiten zum adjusted EBITDA der letzten zwölf Monate gemessen sowie der Kapital- und Liquiditätsbedarf und die zeitliche Kongruenz von Refinanzierungsmaßnahmen gesteuert. Zur Ermittlung des adjusted EBITDA siehe
→ Ziffer 34 „Segmentberichterstattung“

Die Kapitalstruktur der ProSiebenSat.1 Group stellt sich zum Abschlussstichtag wie folgt dar:

KAPITALSTRUKTUR
in Mio Euro

	31.12.2021	31.12.2020
Eigenkapital	**2.099**	**1.687**
Anteil am Gesamtkapital	31,9 %	23,8 %
Finanzverbindlichkeiten gesamt	**2.446**	**3.192**
Anteil am Gesamtkapital	37,1 %	45,1 %
Verschuldungsgrad	**2,2**	**2,8**
Gesamtkapital (Bilanzsumme)	**6.587**	**7.081**

Für weitere Informationen zum Finanzmanagement der ProSiebenSat.1 Group siehe
→ Konzernlagebericht Kapitel „Finanz- und Liquiditätslage des Konzerns“

27 / Rückstellungen für Pensionen

Die Pensionsrückstellungen wurden für leistungsorientierte Versorgungsverpflichtungen gegenüber aktiven und ehemaligen Mitgliedern des Vorstands der ProSiebenSat.1 Media SE sowie deren Hinterbliebenen gebildet. Die biometrischen Rechnungsgrundlagen entstammen den Heubeck-Richttafeln 2018G. Die Versorgungsverträge sehen Leistungen nach Erreichen der vertraglichen Altersgrenze, bei dauerhafter Arbeitsunfähigkeit und nach Tod des Begünstigten vor. Die Begünstigten besitzen ein vertragliches Wahlrecht zwischen einer lebenslangen Rente, mehreren Jahresraten oder einer Einmalzahlung.

Der erfolgswirksam erfasste Pensionsaufwand umfasst den Dienstzeitaufwand und die Aufzinsung der Pensionsverpflichtung. Die gesamte Veränderung des Anwartschaftsbarwerts ergibt sich wie folgt:

ANWARTSCHAFTSBARWERT
in Mio Euro

	2021	2020
Stand 01.01.	**32**	**31**
Dienstzeitaufwand	1	1
Nachzuverrechnender Dienstzeitaufwand	0	1
Zinsaufwand	0	0
Summe der erfolgswirksam erfassten Beträge	**1**	**2**
Neubewertungen:		
Versicherungsmathematische Verluste aus Änderungen der finanziellen Annahmen	0	1
Summe der im sonstigen Ergebnis erfassten Beträge	**0**	**1**
Pensionszahlungen	–1	–1
Abgeltungen von Versorgungsanwartschaften	—	–1
Stand 31.12.	**32**	**32**

Zur Deckung der Pensionsverpflichtungen hält die ProSiebenSat.1 Group zum einen Anteile an Investmentfonds mit einem Wert von 27 Mio Euro zum Abschlussstichtag (Vorjahr: 28 Mio Euro). Diese Fondsanteile qualifizieren nicht als Planvermögen. Sie sind als finanzielle Vermögenswerte bilanziert und werden erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet.
→ Ziffer 23 „Forderungen und sonstige finanzielle Vermögenswerte“

Zum anderen hat der Konzern im Geschäftsjahr 2021 das Deckungsvermögen für die Pensionsansprüche der aktiven Vorstandsmitglieder in Höhe von 1 Mio Euro in eine als Planvermögen anerkannte, doppelte Treuhandkonstruktion (Contractual Trust Arrangement, „CTA“) übertragen. Bei den vom CTA gehaltenen Vermögenswerten handelt es sich um Investmentfondsanteile. Die Kapitalanlagestrategie des CTA reflektiert den Lebenszyklus der zugrundeliegenden Verbindlichkeit. Das Planvermögen wird zum beizulegenden Zeitwert bewertet und mit der Pensionsverpflichtung saldiert. Der beizulegende Zeitwert des Planvermögens beträgt zum Abschlussstichtag 1 Mio Euro.

Aus der bilanziellen Saldierung des Anwartschaftsbarwerts der Verpflichtungen und des im Geschäftsjahr geschaffenen Planvermögens resultiert somit zum 31. Dezember 2021 ein Nettoansatz von 31 Mio Euro.

Bei der Berechnung kamen die folgenden Parameter zur Anwendung:

BEWERTUNGSPARAMETER DER PENSIONSVERPFLICHTUNGEN

	2021	2020
Diskontierungszins	1,0 %	0,8 %
Gehaltstrend	0,0 %	0,0 %
Rententrend	1,0 %	1,0 %

Die gewichtete Duration der Pensionsverpflichtung beträgt im Durchschnitt 11 Jahre (Vorjahr: 12 Jahre) bis zum Renteneintrittsalter.

In den kommenden Jahren erwartet der Konzern die folgenden Pensionszahlungen:

ERWARTETE PENSIONSZAHLUNGEN
in Mio Euro

	2022	2023	2024	2025	2026
Erwartete Pensionszahlungen	1	2	1	3	1

28 / Sonstige Rückstellungen

in Mio Euro

	01.01.2021	Zuführung	Verbrauch	Auflösung	Währungs- und Zinseffekte	Veränderung Konsolidierungskreis	**31.12.2021**
Belastende Verträge	54	4	–38	0	–1	—	19
davon kurzfristig	43						19
Risiken des laufenden Geschäftsbetriebs	30	24	–17	–3	0	0	34
davon kurzfristig	30						34
Rückstellungen für Leistungen an Arbeitnehmer:innen	34	36	–6	–2	1	—	63
davon kurzfristig	3						14
Übrige	69	18	–10	–17	0	0	61
davon kurzfristig	67						59
Summe	**188**	**83**	**–71**	**–22**	**1**	**0**	**177**

Die Rückstellungen setzen sich zusammen aus kurzfristigen Rückstellungen in Höhe von 126 Mio Euro (Vorjahr: 142 Mio Euro) und langfristigen Rückstellungen in Höhe von 51 Mio Euro (Vorjahr: 45 Mio Euro).

Die ProSiebenSat.1 Group erwartet für den überwiegenden Teil der langfristigen Rückstellungen einen Mittelabfluss innerhalb der nächsten fünf Jahre.

Die Rückstellungen für belastende Verträge betreffen mit 19 Mio Euro (Vorjahr: 51 Mio Euro) das Programmvermögen. Sie gehen im Wesentlichen auf die strategische Neuausrichtung des Programmvermögens im Geschäftsjahr 2018 zurück.

Die Rückstellungen für Risiken aus dem laufenden Geschäftsbetrieb beziehen sich insbesondere auf der Höhe nach ungewisse Rückerstattungsverpflichtungen aus Verträgen mit Kund:innen sowie auf erwartete Zahlungen an Broadcaster im Rahmen von Video- und Live-Entertainment-Angeboten.

Die Rückstellungen für Leistungen an Arbeitnehmer:innen beinhalten vor allem geschuldete variable Vergütungen für einzelne Führungskräfte und Mitglieder des Vorstandes.
→ Ziffer 35 „Anteils- und leistungsbasierte Vergütung“

Die übrigen Rückstellungen setzen sich wie folgt zusammen:

ÜBRIGE RÜCKSTELLUNGEN

in Mio Euro

	31.12.2021	31.12.2020
Steuerzinsen	26	32
Zusatzvergütungen von Bestsellerberechtigten	11	11
Umsatzsteuer	10	9
Prozesskosten	3	3
Restrukturierungen	1	1
Sonstiges	10	13
Summe	**61**	**69**

WESENTLICHE ANNAHMEN UND SCHÄTZUNGEN

Der Ansatz und die Bewertung von Rückstellungen erfolgen auf Basis der Einschätzungen bezüglich Höhe und Wahrscheinlichkeit des künftigen Abflusses von Ressourcen sowie anhand von Erfahrungswerten und den zum Abschlussstichtag bekannten Umständen. Zur Beurteilung der Rückstellungshöhe werden alle verfügbaren Sachverhaltsinformationen, insbesondere geltend gemachte Ansprüche und Erfahrungen mit vergleichbaren Vorgängen, berücksichtigt sowie Annahmen über Eintrittswahrscheinlichkeiten und Bandbreiten möglicher Inanspruchnahmen getroffen. Der Beurteilung, ob vom Bestehen einer gegenwärtigen Verpflichtung auszugehen ist, liegen in der Regel Expertisen von internen bzw. externen Sachverständigen zugrunde. Insbesondere Rückstellungen für belastende Verträge beruhen hinsichtlich ihrer Höhe und Eintrittswahrscheinlichkeit in erheblichem Maße auf Einschätzungen des Managements. Aufgrund neuerer Informationen können sich die Einschätzungen ändern und die tatsächlichen Belastungen von der Höhe der passivierten Verpflichtungen abweichen.

29 / Finanzielle Verbindlichkeiten

in Mio Euro

	kurzfristig	langfristig	Summe 31.12.2021
Darlehen und Kredite	51	1.197	1.248
Schuldscheindarlehen	—	1.198	1.198
Summe Finanzverbindlichkeiten	**51**	**2.395**	**2.446**
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	**555**	**52**	**607**
Leasingverbindlichkeiten	41	179	220
Immobilienkredite	2	94	97
Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten	4	65	68
Verbindlichkeiten gegenüber Verwertungsgesellschaften	15	—	15
Derivate	1	7	8
Geschuldete Zinsen	4	—	4
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	13	2	15
Summe sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	**80**	**347**	**427**
Summe finanzielle Verbindlichkeiten	**686**	**2.793**	**3.479**

	kurzfristig	langfristig	Summe 31.12.2020
Darlehen und Kredite	1	2.092	2.094
Anleihe	600	—	600
Schuldscheindarlehen	—	499	499
Summe Finanzverbindlichkeiten	**601**	**2.591**	**3.192**
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	**618**	**74**	**692**
Leasingverbindlichkeiten	38	189	228
Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten	25	131	156
Immobilienkredite	1	70	71
Derivate	2	17	19
Geschuldete Zinsen	16	—	16
Verbindlichkeiten gegenüber Verwertungsgesellschaften	11	—	11
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	16	3	18
Summe sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	**109**	**410**	**520**
Summe finanzielle Verbindlichkeiten	**1.328**	**3.076**	**4.404**

Unter den langfristigen Darlehen und Krediten wird ein endfälliges Darlehen (Term Loan) ausgewiesen, dessen Nominalvolumen sich zum 31. Dezember 2021 auf 1.200 Mio Euro (Vorjahr: 2.100 Mio Euro) beläuft. Im Oktober 2021 hat der Konzern langfristig fällige Schuldscheindarlehen mit einem Nominalvolumen von 700 Mio Euro ausgegeben. Daneben wird unter den Darlehen und Krediten ein ebenfalls im vierten Quartal 2021 aufgenommenes Geldmarktinstrument mit negativer Verzinsung in Höhe von 50 Mio Euro ausgewiesen. Vorwiegend die Erlöse aus den neuen Schuldscheindarlehen wurden zur vorzeitigen Teilrückführung des Term Loan in Höhe von 900 Mio Euro verwendet. Außerdem hat der Konzern weitere Schuldscheindarlehen in Höhe von 500 Mio Euro im Bestand, sodass das nominale Gesamtvolumen der auf Schuldscheindarlehen entfallenden finanziellen Verbindlichkeiten zum Berichtsstichtag 1.200 Mio Euro umfasst. Die im Vorjahr ausgewiesene Anleihe in Höhe von 600 Mio Euro hat der Konzern vorzeitig am 15. Januar 2021 zurückgezahlt.

→ **Ziffer 33 „Erläuterungen zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“**

Im Falle einer Änderung der Kontrolle über die ProSiebenSat.1 Media SE als Folge eines direkten oder indirekten Erwerbs von mehr als 50,0 Prozent der Stimmrechte der ProSiebenSat.1 Media SE durch Dritte („Change of Control“) haben die Gläubiger:innen aller voranstehend genannten Fremdkapitalinstrumente das Recht zu kündigen und eine Rückzahlung zu verlangen.

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen enthalten auch Verbindlichkeiten gegenüber nahestehenden Unternehmen.

→ **Ziffer 36 „Beziehungen zu nahestehenden Personen und Unternehmen“**

Für die Finanzverbindlichkeiten wurden keine Pfandrechte oder ähnliche Sicherheiten gestellt.

30 / Übrige Verbindlichkeiten

in Mio Euro

	31.12.2021		31.12.2020	
	kurzfristig	langfristig	kurzfristig	langfristig
Abgrenzungsposten und erhaltene Anzahlungen	122	1	127	—
Erlebnisgutscheine	94	—	70	—
Leistungen an Mitarbeiter:innen	79	—	68	—
Umsatzsteuer	37	—	42	—
Sonstige Steuern	15	—	18	—
Ausstehende Werbeleistungen	13	12	8	0
Sonstige	36	2	42	4
Summe	**397**	**16**	**374**	**4**

Die Abgrenzungsposten und erhaltenen Anzahlungen setzen sich im Wesentlichen aus erhaltenen Anzahlungen sowie Abgrenzungen für Vermarktungsrechte und sonstigen Abgrenzungen zusammen.

Die Position „Ausstehende Werbeleistungen" enthält Vertragsverbindlichkeiten zur Erbringung von Werbeleistungen aus Media-for-Equity-Transaktionen, für welche der Konzern die entsprechenden Unternehmensanteile bereits erhalten hat.

In der Position „Sonstige" sind Vertragsverbindlichkeiten aus unentgeltlich zu erbringenden Werbeleistungen aus Rabattvereinbarungen in Höhe von 22 Mio Euro (Vorjahr: 19 Mio Euro) enthalten.

Insgesamt sind in den übrigen Verbindlichkeiten Vertragsverbindlichkeiten in Höhe von 131 Mio Euro (Vorjahr: 110 Mio Euro) enthalten.
→ Ziffer 6 „Umsatzerlöse"

SONSTIGE ERLÄUTERUNGEN

31 / Eventualverbindlichkeiten

Wesentliche Rechtsstreitigkeiten, in die die ProSiebenSat.1 Media SE und von ihr kontrollierte Unternehmen als Beklagte involviert sind, werden nachfolgend dargestellt:

- **Auskunfts- und Schadenersatzklage der RTL 2 Fernsehen GmbH & Co. KG und El Cartel Media GmbH & Co. KG gegen Unternehmen der ProSiebenSat.1 Group:** Die Klägerinnen machen Auskunfts- und Schadenersatzansprüche im Zusammenhang mit der Vermarktung von Werbezeiten durch die Seven.One Media GmbH geltend. Das mit Beschluss des Landgerichts vom 13. April 2012 in Auftrag gegebene externe Gutachten liegt der ProSiebenSat.1 Group seit 2018 vor. Der Gutachter kommt zu dem Schluss, dass keine statistisch fundierten Indizien für eine positive Schadenswahrscheinlichkeit vorliegen. Wir halten dieses Ergebnis für zutreffend und sind der Auffassung, dass die Klage daher abweisungsreif ist. Die Klägerinnen haben einen Befangenheitsantrag gegen den Gutachter gestellt und seine Schlussfolgerungen bestritten. Der Gerichtsgutachter ist im Jahr 2020 verstorben, ohne dass das Gericht ihn befragt oder über den Antrag der Klägerinnen entschieden hätte. Es ist daher möglich, dass der Sachverhalt ein weiteres Mal begutachtet werden muss. Der Ausgang des Verfahrens ist somit weiterhin nicht prognostizierbar. Rückstellungen wurden daher nicht gebildet.

- **Ansprüche auf Zahlung von Bestsellernachvergütung gegen Unternehmen der ProSiebenSat.1 Group:** Auf Basis von § 32a UrhG können Urheber:innen von besonders erfolgreichen TV-Sendungen Ansprüche gegen Unternehmen der ProSiebenSat.1 Group

geltend machen. Die Sendergruppe hat mit fünf Verbänden (Regie, Kamera, Drehbuchautoren, Schauspiel und Schnitt) sogenannte „Gemeinsame Vergütungsregeln" (§ 36 UrhG) vereinbart, nach deren Maßgabe an Regisseur:innen, Kamerapersonal, Drehbuchautor:innen, Schauspieler:innen und Filmeditor:innen eine zusätzliche Vergütung gezahlt wird, wenn TV-Movies oder TV-Serien bestimmte Zuschauerreichweiten erreichen. Abgeleitet aus diesen Gemeinsamen Vergütungsregeln hat die Sendergruppe weiterhin mit dem Regie-Verband Gemeinsame Vergütungsregeln für das Genre Telenovela abgeschlossen. Für diesen Themenkomplex und weitere verwandte Ansprüche wurden zum 31. Dezember 2021 insgesamt 11 Mio Euro als Rückstellung passiviert (Vorjahr: 11 Mio Euro). Dieser Betrag beruht auf bestmöglicher Schätzung der Nachvergütungen, welche voraussichtlich auf Grundlage der bereits abgeschlossenen Gemeinsamen Vergütungsregeln, der konkreten von der Sendergruppe bereits entwickelten Modelle für weitere Gemeinsame Vergütungsregeln, welche den Verbänden zum Teil bereits vorgestellt und konkret mit diesen verhandelt wurden, sowie in Einzelfällen auf der Grundlage von Vergleichen zu leisten sein werden. Der Rückstellungsbetrag berücksichtigt darüber hinaus auch die Risiken im Hinblick auf die noch nicht abschließend geklärte umsatzsteuerliche Behandlung der Bestsellervergütungen. Es ist darüber hinaus möglich, dass weitere Urheber:innen weitere berechtigte Ansprüche nach § 32a UrhG geltend machen, die nicht durch die bestehenden Gemeinsamen Vergütungsregeln oder Rückstellungen abgedeckt sind (zum Beispiel auch für andere Programmgenre). Eine verlässliche Einschätzung der Auswirkungen auf unsere Ergebnisentwicklung ist daher derzeit nicht möglich.

Darüber hinaus sind die ProSiebenSat.1 Media SE und von ihr kontrollierte Unternehmen Beklagte bzw. Beteiligte in weiteren gerichtlichen und schiedsgerichtlichen Klageverfahren und behördlichen Verfahren. Diese Verfahren haben auf Basis des heutigen Kenntnisstandes keinen bedeutenden Einfluss auf die wirtschaftliche Lage der ProSiebenSat.1 Group.

32 / Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Die nachfolgende Tabelle enthält die neben den in der Bilanz erfassten Verbindlichkeiten bestehenden sonstigen finanziellen Verpflichtungen:

in Mio Euro

	31.12.2021	31.12.2020
Einkaufsobligo für Programmvermögen	1.630	2.023
Distribution	114	158
Leasing- und Mietverpflichtungen	3	17
Übrige finanzielle Verpflichtungen	393	281
Summe	**2.140**	**2.479**

Die dargestellten Beträge sind undiskontiert.

Das Einkaufsobligo für Programmvermögen resultiert aus vor dem 31. Dezember 2021 abgeschlossenen Verträgen für den Erwerb von Film- und Serienlizenzen sowie Auftragsproduktionen. Ein Großteil der Verträge ist in US-Dollar abgeschlossen.

Unter der Position Distribution werden finanzielle Verpflichtungen aus Satelliten-Dienstleistungen, Verpflichtungen aus Verträgen über terrestrische Nutzung und Kabeleinspeisungsgebühren ausgewiesen. Bei den zugrundeliegenden Verträgen handelt es sich nicht um Leasingverhältnisse.

Die Leasing- und Mietverpflichtungen beinhalten im Wesentlichen Verpflichtungen aus bereits abgeschlossenen Leasingverträgen, bei denen die Nutzung der vertragsgegenständlichen Mietobjekte zum Abschlussstichtag noch nicht begonnen hat.

In den übrigen finanziellen Verpflichtungen sind Finanzierungszusagen seitens des Konzerns gegenüber seinem Gemeinschaftsunternehmen Joyn enthalten.

→ Ziffer 33 „Erläuterungen zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“

33 / Erläuterungen zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten

Die ProSiebenSat.1 Group ist im Rahmen ihrer laufenden Geschäftstätigkeit und aufgrund ihrer Fremdfinanzierung verschiedenen finanzwirtschaftlichen Risiken ausgesetzt. Diese Risiken werden im Rahmen des Finanzrisikomanagements vom zentralen Treasury gesteuert. Ziele des Finanzrisikomanagements sind vor allem die Sicherung der jederzeitigen Zahlungsfähigkeit und die risikoadäquate Steuerung der Marktpreisrisiken. Die zur Steuerung der Marktpreisrisiken eingesetzten derivativen Finanzinstrumente dienen ausschließlich der Risikoabsicherung und werden nicht zu Spekulationszwecken verwendet. Für eine aussagekräftige und ökonomisch sachgerechte Abbildung der Ergebniseffekte aus Zins- und Währungssicherungsmaßnahmen nutzt die ProSiebenSat.1 Group weitgehend die Möglichkeit zur bilanziellen Abbildung ökonomischer Sicherungsbeziehungen nach den Regeln des sogenannten Hedge Accountings.

Die Grundsätze, Aufgaben und Zuständigkeiten des Finanzrisikomanagements sind in der internen Konzernfinanzrichtlinie der ProSiebenSat.1 Group geregelt. Es findet eine monatliche Risikoberichterstattung an den Vorstand statt.

Die nachfolgend erläuterten Risiken wurden als wesentlich identifiziert und werden laufend bewertet. Die ProSiebenSat.1 Group sieht sich nach Berücksichtigung von Sicherungsaktivitäten keinen wesentlichen Risikokonzentrationen ausgesetzt.

ZINSRISIKEN

Unter Zinsrisiken versteht die ProSiebenSat.1 Group das Risiko steigender Finanzierungskosten durch einen Anstieg des Zinsniveaus. Die ProSiebenSat.1 Group ist einerseits durch ihre variabel verzinslichen finanziellen Verbindlichkeiten und andererseits durch zukünftige Finanzierungsmaßnahmen einem Zinsrisiko ausgesetzt. Die variabel verzinslichen finanziellen Verbindlichkeiten umfassen im Wesentlichen den Term Loan als syndizierte Kreditvereinbarung mit einem Nominalvolumen von 1.200 Mio Euro (Vorjahr: 2.100 Mio Euro) und eine revolvierende Kreditfazilität (RCF) mit einem Rahmenvolumen von 750 Mio Euro (Vorjahr: 750 Mio Euro). Aus der RCF wurden im ersten Quartal des Geschäftsjahres kurzfristig Mittel in Höhe von 180 Mio Euro abgerufen (Vorjahr: kurzfristige Inanspruchnahme der RCF in Höhe von 350 Mio Euro). Zum 31. Dezember 2021 ist sie nicht in Anspruch genommen (Vorjahr: keine Inanspruchnahme). Die syndizierte Kreditvereinbarung wurde im April 2019 zum überwiegenden Teil um ein Jahr bis April 2024 verlängert, wobei die nicht verlängerten Teile des Term Loans (87 Mio Euro) und der RCF (74 Mio Euro) weiterhin eine Laufzeit bis April 2023 haben. Die Verzinsung des Term Loans und der RCF erfolgt variabel zu Euribor-Geldmarktkonditionen zuzüglich einer Kreditmarge.

Im vierten Quartal hat die ProSiebenSat.1 Group 50 Mio Euro mit einem negativen Zinssatz und einer Laufzeit von einem Jahr am Geldmarkt aufgenommen sowie syndizierte Schuldscheindarlehen in einem Volumen von 700 Mio Euro mit Laufzeiten von 4, 6, 8 und 10 Jahren begeben. Von den 700 Mio Euro entfielen 298 Mio Euro auf variabel verzinsliche Tranchen. Vorwiegend die Erlöse aus den neuen Schuldscheindarlehen wurden (neben bereits vorhandenen Barmitteln) für die vorzeitige Rückführung einer Term-Loan-Tranche von insgesamt 900 Mio Euro verwendet. In Summe hat die ProSiebenSat.1 Group damit syndizierte Schuldscheindarlehen in einer Gesamthöhe von 1.200 Mio Euro ausstehend, wovon Tranchen in Höhe von insgesamt 348 Mio Euro variabel verzinslich sind. Die variablen Tranchen sämtlicher Schuldscheindarlehen werden auf Basis von Euribor-Geldmarktkonditionen verzinst.

Das Zinsrisiko aus variabel verzinslichen finanziellen Verbindlichkeiten und zukünftigen Finanzierungsmaßnahmen sichert die ProSiebenSat.1 Group mit Zinsswaps und Zinsoptionen ab.

Bei Zinsswaps werden variable Zinszahlungen gegen feste Zinszahlungen getauscht. Dadurch werden die zukünftigen variablen und somit der Höhe nach unsicheren Zinszahlungen aus den gesicherten Darlehen wirtschaftlich in fixe Zinszahlungen überführt. Der Marktwert der Zinsswaps wird durch Abzinsung der erwarteten zukünftigen Zahlungsströme ermittelt. Bei den Zinsoptionen erwirbt die ProSiebenSat.1 Group als Käuferin das Recht, aber nicht die Verpflichtung, zukünftige variable Zinszahlungen gegen feste Zinszahlungen zu tauschen oder eine Ausgleichszahlung in Höhe der Differenz zwischen der im Optionsvertrag vereinbarten und der aus dem Marktzins ermittelten Zinszahlung zu erhalten. Damit kommt es effektiv ebenfalls zu einer Überführung der zukünftigen variablen Zinszahlungen in fixe Zinszahlungen, aber nur dann, wenn dies für die ProSiebenSat.1 Group vorteilhaft ist. Für das erworbene Tauschrecht ist eine Optionsprämie zu leisten. Die Berechnung der Marktwerte der Zinsoptionen erfolgt auf Grundlage eines marktgängigen Optionspreismodells. Da die Zinsderivate der Absicherung des bestehenden Zinsrisikos dienen, besteht keine Intention einer vorzeitigen Glattstellung.

Soweit erwartet werden kann, dass die Zinsswaps während ihrer Laufzeit die zinsinduzierten Änderungen der Zahlungsströme aus den variabel verzinslichen Darlehen in einem hinreichend hohen Maße ausgleichen werden, werden sie als Sicherungsinstrumente in einem Cashflow-Hedge designiert. Die Effektivitätsmessung erfolgt anhand der hypothetischen Derivate-Methode, bei der die Marktwertänderungen des Sicherungsinstruments ins Verhältnis gesetzt werden zu den Marktwertänderungen eines „perfekten", das heißt die zinsinduzierten Zahlungsströme und Wertveränderungen des Grundgeschäfts vollständig nachbildenden, hypothetischen Derivats. Da die Sicherungsinstrumente und die gesicherten Zinszahlungen in Bezug auf die Nominalbeträge, die gesicherten Zinssätze, die Laufzeiten und die Zahlungstermine übereinstimmen und da für Zwecke der Effektivitätsmessung potenzielle Cashflow-Effekte infolge der Reform internationaler Referenzzinssätze, soweit es den Euribor betrifft, für die Dauer der Sicherungsbeziehung auszublenden sind, kann Hedge-Ineffektivität nur aus Änderungen des Kreditausfallrisikos der Sicherungsinstrumente entstehen. Falls die Marktwertänderung des Sicherungsinstruments (einschließlich der Änderung des Kreditausfallrisikos) größer ausfällt als die Marktwertänderung des hypothetischen Derivats, wird der überschießende Betrag sofort erfolgswirksam als Hedge-Ineffektivität erfasst. Der übrige, effektive Teil wird zunächst in die Cashflow-Hedge-Rücklage im Eigenkapital eingestellt und erst, wenn die gesicherte Zinszahlung die Gewinn- und Verlustrechnung berührt, erfolgswirksam erfasst.

Zum 31. Dezember 2021 hält die ProSiebenSat.1 Group wie im Vorjahr Zinsswaps mit einem Nominalvolumen in Höhe von insgesamt 1.000 Mio Euro, die das Euribor-Zinsrisiko im Zeitraum bis 2023 absichern und als Sicherungsinstrumente in einem Cashflow-Hedge designiert wurden. Diese Zinsswaps sind analog zu den gesicherten Grundgeschäften mit einer Zinsuntergrenze ausgestattet.

Zusätzlich hält die Gruppe wie im Vorjahr Zinsoptionen über 1.000 Mio Euro, die zur Absicherung des Zinsrisikos bis 2024 dienen, wobei im Zeitraum von 2022 bis 2023 ein Volumen von 453 Mio Euro vorwiegend das Zinsrisiko aus zukünftigen Finanzierungsmaßnahmen und möglichen Ziehungen aus der bestehenden RCF absichert. Die Zinsoptionen werden bilanziell als freistehende Sicherungsgeschäfte behandelt und nicht in das Hedge Accounting einbezogen.

Bei den im Rahmen des Zinsrisikomanagements gesteuerten Finanzverbindlichkeiten liegt der Festzinsanteil bezogen auf den Nominalbetrag der gesamten Finanzverbindlichkeiten zum 31. Dezember 2021 bei 100 Prozent (Vorjahr: ca. 95 %). Der durchschnittliche Festzinssatz der Zinsswaps beläuft sich zum 31. Dezember 2021 wie im Vorjahr auf 0,5 Prozent per annum. Die durchschnittliche Zinsobergrenze der Zinsoptionen beläuft sich zum 31. Dezember 2021 unverändert zum Vorjahr auf 0,0 Prozent per annum. Für das Berichtsjahr entstand aus diesen Geschäften ein Zinsaufwand in Höhe von 5 Mio Euro (Vorjahr: 5 Mio Euro).

Zum 31. Dezember 2021 beträgt der Marktwert sämtlicher von der ProSiebenSat.1 Group gehaltener Zinsswaps minus 7 Mio Euro (Vorjahr: -12 Mio Euro). Der Marktwert der Zinsoptionen beträgt 2 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro).

Das Zinsrisiko im Sinne eines Marktwertänderungsrisikos wird als nicht relevant angesehen, da die Finanzverbindlichkeiten der ProSiebenSat.1 Group nicht zu Handelszwecken oder für anderweitige Übertragungen an Dritte gehalten werden.

Die Zinsrisikoposition wird regelmäßig mit aktuellen Marktdaten bewertet und die bestehenden Risiken unter Zuhilfenahme von Sensitivitätsanalysen quantifiziert. Die nachfolgende Tabelle gibt – unter Berücksichtigung der Effekte aus den Sicherungsinstrumenten – die Auswirkungen einer Erhöhung (Reduzierung) der relevanten Zinssätze um einen Prozentpunkt auf das Zinsergebnis an:

ZINSRISIKEN

in Mio Euro

	Verzinsung	**31.12.2021**	31.12.2020
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	variabel	594	1.224
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	variabel	–1.200	–2.100
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	fix	–50	—
Schuldscheindarlehen	variabel	–348	–50
Schuldscheindarlehen	fix	–853	–450
Anleihe	fix	—	–600
Brutto-Exposure variabel		**–953**	**–926**
Brutto-Exposure fix		**–903**	**–1.050**
Zinssicherungsgeschäfte[1]		**1.548**	**2.000**
Sicherungsquote (bezogen auf den Nominalbetrag der variabel verzinslichen Finanzverbindlichkeiten)		100,0 %	93,0 %
Netto-Exposure variabel		594	1.074
Sensitivitäten der variablen Netto-Exposure			
Jährlicher Zinsergebniseffekt aus einem Anstieg der kurzfristigen Zinsen um 100 Basispunkte (1 Prozentpunkt)		8	10
Jährlicher Zinsergebniseffekt aus einer Reduktion der kurzfristigen Zinsen um 100 Basispunkte (1 Prozentpunkt)		–6	–12

1 Zinsoptionen mit einem Volumen von 453 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) sichern vorwiegend das Zinsrisiko aus potenziellen Finanzierungsmaßnahmen und möglichen Ziehungen aus der bestehenden RCF ab und werden daher in der stichtagsbezogenen Sicherungsquote nicht berücksichtigt.

Im Falle einer Zinserhöhung um einen Prozentpunkt würde sich aus der Marktwertänderung der Zinssicherungsgeschäfte das Finanzergebnis um 13 Mio Euro und die Cashflow-Hedge-Rücklage um 5 Mio Euro verbessern. Bei einer Zinssenkung um einen Prozentpunkt beliefe sich dieser Effekt im Finanzergebnis auf minus 2 Mio Euro, in der Cashflow-Hedge-Rücklage wäre er nahe Null. Ursache für diese Diskrepanz sind die Zinsuntergrenzen und das negative Zinsumfeld: Eine weitere Zinssenkung hat wegen der Zinsbegrenzung kaum eine Auswirkung auf den Marktwert der Sicherungsgeschäfte.

Die ProSiebenSat.1 Group verfügt zum Abschlussstichtag 31. Dezember 2021 über folgende Zinssicherungsinstrumente:

	Jahr der Fälligkeit			Nominalbetrag	Durchschnittlich gesicherter Zins		Fair Value	
	2022 in Mio Euro	2023 - 2026 in Mio Euro	ab 2027 in Mio Euro	31.12.2021 in Mio Euro	31.12.2021 in %	31.12.2020 in %	**31.12.2021 in Mio Euro**	31.12.2020 in Mio Euro
Zinsswaps	—	1.000	—	1.000	0,535	0,535	–7	–12
davon innerhalb von Cashflow-Hedges[1]	—	1.000	—	1.000	0,535	0,535	–7	–12
Zinsoptionen	—	1.000	—	1.000	0,000	0,000	2	0
davon innerhalb von Cashflow-Hedges	—	—	—	—	n.a.	n.a.	—	—

1 Die als Sicherungsinstrumente in einem Cashflow-Hedge designierten Zinsswaps beinhalten, wie oben erläutert, eine Zinsuntergrenze.

WÄHRUNGSRISIKEN

Unter Währungsrisiken versteht die ProSiebenSat.1 Group die aus Devisenkursänderungen resultierende Gefahr von Verlusten. Dabei steht beim Währungsmanagement primär das Transaktionsrisiko im Fokus. Das Transaktionsrisiko ergibt sich aus bereits bilanziell erfassten Forderungen und Verbindlichkeiten sowie aus zukünftigen, vertraglich festgelegten oder geplanten Zahlungseingängen und -ausgängen in Fremdwährung. Die Zahlungen können aus betrieblicher Tätigkeit sowie aus Investitions- und Finanzierungstätigkeit resultieren. Abzugrenzen zum Transaktionsrisiko ist das im nächsten Absatz beschriebene Translationsrisiko.

Die Berichtswährung der ProSiebenSat.1 Group ist Euro. Die Abschlüsse von Tochtergesellschaften, die ihren Sitz außerhalb der Euro-Währungszone haben, werden für den Konzernabschluss in Euro umgerechnet. Das Translationsrisiko bezieht sich auf Wechselkurseffekte, die bei der Umrechnung von Ergebnis und Bilanzpositionen ausländischer Tochtergesellschaften entstehen, deren funktionale Währungen von der Konzernberichtswährung abweichen. Im Rahmen des Fremdwährungsmanagements werden die Beteiligungen an diesen Gesellschaften grundsätzlich als langfristiges Engagement betrachtet. Es wird daher keine Absicherung des Translationsrisikos durchgeführt.

Die ProSiebenSat.1 Group schließt einen wesentlichen Teil ihrer Lizenzverträge mit Produktionsstudios in den USA ab. Die Zahlungsverpflichtungen aus diesen Programmrechteerwerben erfüllt die ProSiebenSat.1 Group in der Regel in US-Dollar. Aus diesem Grund können Wechselkursschwankungen zwischen Euro und US-Dollar die Ertrags- und Finanzlage der ProSiebenSat.1 Group beeinträchtigen. Soweit die Lizenzrechte von Produktionsstudios vergeben werden, deren funktionale Währung der Euro oder eine andere Nicht-US-Dollar-Währung ist, können die US-Dollar-Lizenzverträge unter bestimmten Umständen eingebettete Währungsderivate enthalten, die getrennt von den Lizenzrechten ergebniswirksam zum beizulegenden Zeitwert zu bilanzieren sind.

Das Währungsrisiko aus Forderungen und Verbindlichkeiten in anderen Fremdwährungen bzw. aus Sachverhalten abseits des Programmrechteerwerbs ist aufgrund des geringen Volumens vernachlässigbar.

Die ProSiebenSat.1 Group verfolgt bei der Absicherung der finanziellen Verpflichtungen aus Programmrechteerwerben einen konzernweiten Portfolioansatz. Als Fremdwährungsexposure wird das Gesamtvolumen aller zukünftigen US-Dollar-Zahlungen verstanden, die aus bestehenden Lizenzverträgen resultieren und die im Rahmen der implementierten Absicherungsstrategie innerhalb eines Zeitraums von 7 Jahren fällig werden. Die ProSiebenSat.1 Group setzt verschiedene derivative und originäre Finanzinstrumente zur Absicherung gegen Währungsschwankungen ein. Hierzu zählen Devisentermingeschäfte, Devisenswaps, Devisenoptionen und Währungsbestände (Devisenkassaposition) in US-Dollar.

Devisentermingeschäfte und Devisenswaps sind unbedingte, vertragliche Vereinbarungen über den Tausch zweier Währungen, wobei Nominalvolumen, Währungskurs und Fälligkeitszeitpunkt

bei Geschäftsabschluss fixiert werden. Ein Devisenswap ist eine Kombination aus einem Devisenkassageschäft und einem entgegengesetzten Devisentermingeschäft. Das Kassageschäft wird naturgemäß sofort nach Vertragsabschluss ausgeführt, sodass bei einem Devisenswap letztlich nur die Terminkomponente als Vermögenswert oder Verbindlichkeit in der Bilanz erfasst und bewertet wird. Devisentermingeschäfte und Devisenswaps werden nachfolgend deshalb nicht mehr unterschieden und zur Vereinfachung unter dem Oberbegriff „Devisentermingeschäfte/-swaps" zusammengefasst.

Bei Devisenoptionen erwirbt der Käufer der Option das Recht, einen vereinbarten Währungsbetrag an einem bestimmten Zeitpunkt zu einem zum Geschäftsabschluss festgelegten Preis zu kaufen. Als Käuferpartei muss die ProSiebenSat.1 Group für das erworbene Ausübungsrecht eine Optionsprämie zahlen. Devisenoptionen werden nur gelegentlich als Sicherungsinstrumente eingesetzt.

Im Berichtszeitraum und im Vorjahr wurden als derivative Währungsinstrumente ausschließlich Devisentermingeschäfte/-swaps verwendet. Der Großteil dieser Geschäfte wurde als Sicherungsinstrument in einem Cashflow-Hedge der künftigen Lizenzzahlungen in US-Dollar designiert. Die Designation erfolgte auf Basis der Forwardkurse. Die Hedge-Effektivität wird über die hypothetische Derivate-Methode ermittelt und die Marktwertänderungen der Sicherungsinstrumente ins Verhältnis gesetzt mit den Marktwertänderungen eines „perfekten" Devisentermingeschäfts/-swaps, das die durch Wechselkursänderungen induzierten Änderungen des Euro-Gegenwerts der künftigen US-Dollar-Zahlung vollkommen nachbildet.

Hedge-Ineffektivitäten können wegen der Übereinstimmungen in Bezug auf Nominalbeträge, Währungen und Laufzeiten nur aus den Änderungen des Kreditausfallrisikos resultieren. Falls die Marktwertänderungen der Sicherungsinstrumente (einschließlich der Änderung des Kreditausfallrisikos) größer ausfallen als die Marktwertänderungen der hypothetischen Derivate, werden die überschießenden Beträge sofort erfolgswirksam als Hedge-Ineffektivität erfasst. Der übrige, effektive Teil wird zunächst in die Cashflow-Hedge-Rücklage im Eigenkapital eingestellt und bei Zugang des gesicherten Grundgeschäfts als sogenanntes Basis Adjustment im Buchwert des Grundgeschäfts berücksichtigt. Zu einer Ergebniswirkung kommt es erst, wenn das gesicherte Grundgeschäft über den Werteverzehr der entsprechenden Lizenzen die Gewinn- und Verlustrechnung berührt.

Beim Programmrechteerwerb wurde das Fremdwährungsrisiko zu ca. 76 Prozent (Vorjahr: ca. 80 %) bezogen auf die gesamten künftigen US-Dollar-Zahlungsverpflichtungen aus bestehenden Verträgen abgesichert.

Darüber hinaus hält die ProSiebenSat.1 Group gelegentlich Währungsderivate, die der Absicherung von bereits bilanziell erfassten US-Dollar-Verbindlichkeiten aus Lizenzverträgen dienen. Da sowohl die Marktwertänderungen der Sicherungsinstrumente als auch die Währungseffekte aus der Bewertung der Verbindlichkeiten aus Lizenzverträgen sofort erfolgswirksam im Finanzergebnis erfasst werden, kommt es auch ohne Hedge Accounting unverzüglich zu einem weitgehenden Ausgleich in der Gewinn- und Verlustrechnung. Die ProSiebenSat.1 Group sieht für diese Derivate daher von der formalen Designierung in einer Sicherungsbeziehung und der Anwendung der Vorschriften zum Hedge Accounting ab.

Die ProSiebenSat.1 Group hat zum 31. Dezember 2021 zur Absicherung der finanziellen Verpflichtungen aus Programmrechteerwerben Devisentermingeschäfte/-swaps mit einem Nominalvolumen in Höhe von 933 Mio US-Dollar (Vorjahr: 1.140 Mio US-Dollar) im Bestand. Die Marktwerte der Devisensicherungsgeschäfte beruhen auf den am Markt festgestellten Devisenterminkursen zum 31. Dezember 2021. Die für das Währungsmanagement relevante US-Dollar-Devisenkassaposition beläuft sich zum 31. Dezember 2021 auf 52 Mio US-Dollar (Vorjahr: 327 Mio US-Dollar).

DEVISENBEZOGENE GESCHÄFTE UND SALDEN

	Jahr der Fälligkeit			Nominalbetrag		Durchschnittlich gesicherter USD/EUR-Währungskurs				Fair Value	
	2022	2023 - 2026	ab 2027	31.12.2021	31.12.2020	31.12.2021		31.12.2020		**31.12.2021**	31.12.2020
	in Mio US-Dollar	in Mio US-Dollar	in Mio US-Dollar	in Mio US-Dollar	in Mio US-Dollar	kurzfristig	langfristig	kurzfristig	langfristig	**in Mio Euro**	in Mio Euro
Devisentermin-geschäfte/-swaps	481	452	—	933	1.140	1,2223	1,2634	1,2671	1,2601	59	11
davon innerhalb von Cashflow-Hedges	286	452	—	738	1.115	1,2536	1,2634	1,2701	1,2601	53	11
Devisenkassa-position	52	n. a.	n. a.	52	327	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	46	267

Die Risikoposition in US-Dollar wird regelmäßig mit aktuellen Marktdaten bewertet und die bestehenden Risiken werden unter Zuhilfenahme von Sensitivitätsanalysen quantifiziert. Die nachfolgende Tabelle gibt unter Berücksichtigung der Währungssicherung die Netto-Auswirkungen einer zehnprozentigen Auf- und Abwertung des US-Dollars auf den Euro-Gegenwert der in den zukünftigen Jahren fälligen Zahlungen in US-Dollar an:

WÄHRUNGSRISIKEN
in Mio US-Dollar

	31.12.2021	31.12.2020
Brutto-Fremdwährungsexposure	**–1.290**	**–1.811**
Devisensicherungsgeschäfte	985	1.442
davon im Hedge Accounting	738	1.115
davon nicht im Hedge Accounting	195	—
Devisenkassaposition	52	327
Netto-Exposure	**–305**	**–369**
Hedge Ratio	76,3 %	79,6 %
Stichtagskurs USD/EUR	1,1320	1,2275
Aufwertung US-Dollar um 10 %	1,0188	1,1048
Abwertung US-Dollar um 10 %	1,2452	1,3503
in Mio Euro		
Veränderung zukünftiger Zahlungen aufgrund einer 10 %igen Aufwertung des US-Dollars	–30	–33
Veränderung zukünftiger Zahlungen aufgrund einer 10 %igen Abwertung des US-Dollars	25	27

Wird nur der Währungseffekt auf die im Rahmen einer Sicherungsbeziehung bilanzierten Fremdwährungsgeschäfte betrachtet, so würde eine US-Dollar-Abwertung um 10 Prozent einen Verlust von 59 Mio Euro nach sich ziehen, der in der Cashflow-Hedge-Rücklage direkt im Eigenkapital zu erfassen wäre. Entsprechend würde eine US-Dollar-Aufwertung um 10 Prozent zu einem Cashflow-Hedge-Gewinn im Eigenkapital in Höhe von 72 Mio Euro führen.

Direkt im Währungsergebnis der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst werden hingegen die Kurseffekte aus Lizenzverbindlichkeiten und die gegenläufigen Effekte aus der Devisenkassaposition sowie die Kurseffekte aus nicht im Hedge Accounting bilanzierten und aus eingebetteten Währungsderivaten. Eine Abwertung (Aufwertung) des US-Dollars um 10 Prozent würde im Währungsergebnis zu einem Effekt in Höhe von 6 Mio Euro (-8 Mio Euro) führen.

AUSWIRKUNGEN VON SICHERUNGSBEZIEHUNGEN AUF DEN ABSCHLUSS

Da die von der ProSieben Sat.1 Group im Hedge Accounting verwendeten Sicherungsinstrumente in hohem Maße auf die zu sichernden Grundgeschäfte zugeschnitten sind, verbleibt als mögliche Ursache für Ineffektivität im Wesentlichen das Kreditausfallrisiko. Gemäß interner Risikomanagementrichtlinien wird dieses Risiko durch die Einschränkung der in Frage

kommenden Derivate-Vertragspartner auf solche mit hoher Bonität sowie durch den Abschluss von Verrechnungs- und Glattstellungsvereinbarungen für den Fall einer Vertragsstörung weitgehend reduziert.

Bei der Bewertung zum beizulegenden Zeitwert und der Ermittlung von Ineffektivitäten wird das Kreditausfallrisiko der Sicherungsinstrumente in Form von sogenannten „Credit Value Adjustments" und „Debit Value Adjustments" berücksichtigt.

Die Sicherungsinstrumente, die die ProSiebenSat.1 Group in Sicherungsbeziehungen designiert hat, haben folgende Auswirkungen auf die Bilanz zum 31. Dezember 2021:

SICHERUNGSINSTRUMENTE 2021

in Mio Euro

	Nominalbetrag der Sicherungsgeschäfte	Buchwert der Sicherungsgeschäfte		Bilanzposten, unter welchem die Sicherungsinstrumente ausgewiesen werden	Änderung des beizulegenden Zeitwerts zur Messung der Effektivität in der Berichtsperiode
		Aktiva	Passiva		
Absicherung von Zinsrisiken	1.000	—	7	Sonstige finanzielle Vermögenswerte/ Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	0
Absicherung von Währungsrisiken	586	53	—	Sonstige finanzielle Vermögenswerte/ Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	66

Im Vorjahr hatten die designierten Sicherungsinstrumente folgende Auswirkungen auf die Bilanz:

SICHERUNGSINSTRUMENTE 2020

in Mio Euro

	Nominalbetrag der Sicherungsgeschäfte	Buchwert der Sicherungsgeschäfte		Bilanzposten, unter welchem die Sicherungsinstrumente ausgewiesen werden	Änderung des beizulegenden Zeitwerts zur Messung der Effektivität in der Berichtsperiode
		Aktiva	Passiva		
Absicherung von Zinsrisiken	1.000	—	12	Sonstige finanzielle Vermögenswerte/ Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	−2
Absicherung von Währungsrisiken	883	18	7	Sonstige finanzielle Vermögenswerte/ Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	−43

Die in Sicherungsbeziehungen designierten Grundgeschäfte haben zum 31. Dezember 2021 folgende Auswirkungen auf die Cashflow-Hedge-Rücklage im Eigenkapital:

CASHFLOW-HEDGE-RÜCKLAGE 2021

in Mio Euro

	Wertänderung der gesicherten Grundgeschäfte, welche zur Ermittlung der Effektivität herangezogen wurde	Cashflow-Hedge-Rücklage
Absicherung von Zinsrisiken	0	−6
Beendete Sicherungsbeziehungen	—	—
Absicherung von Währungsrisiken	−66	53
Beendete Sicherungsbeziehungen	—	—

Im Vorjahr haben sich die designierten Grundgeschäfte folgendermaßen auf die Cashflow-Hedge-Rücklage im Eigenkapital ausgewirkt:

CASHFLOW-HEDGE-RÜCKLAGE 2020

in Mio Euro

	Wertänderung des gesicherten Grundgeschäfts, welche zur Ermittlung der Effektivität herangezogen wurde	Cashflow-Hedge-Rücklage
Absicherung von Zinsrisiken	2	−12
Beendete Sicherungsbeziehungen	0	—
Absicherung von Währungsrisiken	43	11
Beendete Sicherungsbeziehungen	—	—

Die vorstehenden Sicherungsbeziehungen haben im Geschäftsjahr 2021 folgende Auswirkungen auf die Gewinn- und Verlustrechnung oder das sonstige Ergebnis bzw. auf die Anschaffungskosten des Programmvermögens:

SICHERUNGSBEZIEHUNGEN 2021

in Mio Euro

	In der Cashflow-Hedge-Rücklage erfasster Gewinn oder Verlust aus Hedging	In der GuV erfasste Ineffektivität	Posten in der GuV, in dem Ineffektivität erfasst wird	Betrag, welcher von der Cashflow-Hedge-Rücklage in die GuV bzw. die Anschaffungskosten umklassifiziert wurde	Posten in der GuV, in dem die umklassifizierten Beträge bzw. der Werteverzehr der Anschaffungskosten erfasst werden
Absicherung von Zinsrisiken	0	—	Sonstiges Finanzergebnis	−5	Zinsergebnis bzw. Sonstiges Finanzergebnis
Absicherung von Währungsrisiken	66	—	Sonstiges Finanzergebnis	24	Umsatzkosten

Im Vorjahr haben sich die Sicherungsbeziehungen folgendermaßen auf die Gewinn- und Verlustrechnung oder das sonstige Ergebnis bzw. die Anschaffungskosten ausgewirkt:

SICHERUNGSBEZIEHUNGEN 2020

in Mio Euro

	In der Cashflow-Hedge-Rücklage erfasster Gewinn oder Verlust aus Hedging	In der GuV erfasste Ineffektivität	Posten in der GuV, in dem Ineffektivität erfasst wird	Betrag, welcher von der Cashflow-Hedge-Rücklage in die GuV bzw. die Anschaffungskosten umklassifiziert wurde	Posten in der GuV, in dem die umklassifizierten Beträge bzw. der Werteverzehr der Anschaffungskosten erfasst werden
Absicherung von Zinsrisiken	−2	—	Sonstiges Finanzergebnis	−5	Zinsergebnis bzw. Sonstiges Finanzergebnis
Absicherung von Währungsrisiken	−43	—	Sonstiges Finanzergebnis	31	Umsatzkosten

Die Cashflow-Hedge-Rücklage hat sich über die Perioden wie folgt entwickelt:

CASHFLOW-HEDGE-RÜCKLAGE
in Mio Euro

	Zinsrisiken	Währungsrisiken
Stand 01.01.2020	**−11**	**61**
Veränderungen durch effektive Sicherungsbeziehungen	−2	−43
Umbuchungen zu Anschaffungskosten des Grundgeschäfts	—	−31
Reklassifizierungen in die Gewinn- und Verlustrechnung	5	—
Beendete Sicherungsbeziehungen wegen GuV-Wirksamkeit des Grundgeschäfts	0	—
Beendete Sicherungsbeziehungen wegen nicht mehr erwarteter Cashflows	—	—
Latente Steuern	−1	21
Stand 31.12.2020 / 01.01.2021	**−8**	**8**
Veränderungen durch effektive Sicherungsbeziehungen	0	66
Umbuchungen zu Anschaffungskosten des Grundgeschäfts	—	−24
Reklassifizierungen in die Gewinn- und Verlustrechnung	5	—
Beendete Sicherungsbeziehungen wegen GuV-Wirksamkeit des Grundgeschäfts	—	—
Beendete Sicherungsbeziehungen wegen nicht mehr erwarteter Cashflows	—	—
Latente Steuern	−2	−12
Stand 31.12.2021	**−4**	**38**

KREDIT- UND AUSFALLRISIKEN

Die ProSiebenSat.1 Group ist Kreditausfallrisiken ausgesetzt, die vor allem aus dem operativen Geschäft, zu einem geringeren Teil aus derivativen Finanzinstrumenten und Finanzanlageaktivitäten resultieren.

Das maximale Ausfallrisiko entspricht – ohne Berücksichtigung von etwaigen Sicherheiten oder von Aufrechnungsvereinbarungen, wie sie insbesondere bei Derivategeschäften bestehen – den bilanzierten Buchwerten.

Bei den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen – und den Vertragsvermögenswerten aus Verträgen mit Kund:innen – enthält der Buchwert eine Wertminderung für die über die Laufzeit erwarteten Kreditverluste, bei allen übrigen zu fortgeführten Anschaffungskosten bewerteten finanziellen Vermögenswerten enthält er eine Wertminderung für die erwarteten Kreditverluste, die aus möglichen Ausfallereignissen innerhalb der nächsten zwölf Monate nach dem Abschlussstichtag resultieren.

Zur Minimierung von Kreditausfallrisiken ist die ProSiebenSat.1 Group bestrebt, Finanztransaktionen und derivative Rechtsgeschäfte ausschließlich mit Vertragsparteien abzuschließen, die eine erstklassige bis gute Bonität aufweisen. Kreditausfallrisiken von Finanzinstrumenten werden regelmäßig überwacht und analysiert. Von einigen separat überwachten Ausnahmen abgesehen, wird das Kreditausfallrisiko für die von der ProSiebenSat.1 Group gehaltenen finanziellen Vermögenswerte (einschließlich der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen) als gering eingestuft. Entsprechend gab es zum Abschlussstichtag keine Hinweise auf wesentliche Zahlungsausfälle.

Bei der Bewertung der derivativen Finanzinstrumente zum beizulegenden Zeitwert wird das Risiko eines Ausfalls der Vertragspartei in Form von sogenannten „Credit Value Adjustments“, das eigene Ausfallrisiko in Form von sogenannten „Debit Value Adjustments“ berücksichtigt. Die Berechnungsgrundlage der Ausfallwahrscheinlichkeiten bilden laufzeitadäquate Credit Default Swap Spreads der jeweiligen Vertragsparteien. Die Ermittlung des in der Bewertung berücksichtigten Kreditrisikos erfolgt über die Multiplikation der laufzeitadäquaten Ausfallwahrscheinlichkeit mit den diskontierten zu erwartenden Netto-Zahlungsströmen aus den je Kontrahent je Laufzeitband abgeschlossenen derivativen Finanzinstrumenten. Es gibt keine wesentliche Konzentration eines Ausfallrisikos hinsichtlich einer Vertragspartei oder einer klar abgrenzbaren Gruppe von Vertragsparteien. Zum Abschlussstichtag gab es über die bei

Derivategeschäften marktüblichen Aufrechnungsvereinbarungen hinaus keine wesentlichen Vereinbarungen, die das maximale Ausfallrisiko begrenzen. Der Marktwert der derivativen Finanzinstrumente, bei denen die ProSiebenSat.1 Group pro Vertragspartei netto einen positiven Marktwert ausweist, beträgt per 31. Dezember 2021 – ohne Berücksichtigung eines Credit Value Adjustments – insgesamt 55 Mio Euro (Vorjahr: 7 Mio Euro).

Für das Kreditausfallrisiko in Zusammenhang mit dem operativen Geschäft (Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie Vertragsvermögenswerte aus Verträgen mit Kund:innen) bildet die ProSiebenSat.1 Group eine Risikovorsorge für einzelne, als ausfallgefährdet eingestufte Kund:innen unter Berücksichtigung von Faktoren wie Überschuldung, Insolvenznähe, Zahlungsschwierigkeiten oder Verschlechterung des relevanten Geschäftsumfelds bzw. der Kennzahlen.

Darüber hinaus wird eine Risikovorsorge in Höhe des Barwerts der über die Laufzeit erwarteten Kreditverluste gebildet. Sofern der Kundenstamm aus einer Vielzahl von Vertragsparteien besteht, die sich unter Kreditausfallgesichtspunkten in homogene Risikogruppen aufteilen lassen, erfolgt die Ermittlung der erwarteten Verluste konzeptionell auf Basis historischer Ausfallraten über eine Wertberichtigungsmatrix, die nach Kundengruppen und dem Alter der ausstehenden Forderungen differenziert. Dabei werden die Ausfallquoten je nach Alter für (i) nicht fällige Forderungen und Vertragsvermögenswerte, (ii) bis zu 90 Tagen überfällige Forderungen und (iii) mehr als 90 Tage überfällige Forderungen separat ermittelt. In Geschäftsbereichen, in denen aufgrund der geringen Kundenzahl bzw. Kundenheterogenität eine Aufteilung in homogene Risikogruppen nicht sinnvoll bzw. nicht möglich ist, erfolgt die Ermittlung der Risikovorsorge wie bei den als ausfallgefährdet eingestuften Kund:innen anhand einer Einzelbetrachtung.

Zum Abschlussstichtag erfolgt eine Überprüfung der verwendeten Ausfallraten unter Einbeziehung aktueller Informationen und Erwartungen bezüglich künftiger Entwicklungen. Insbesondere werden bei der Überprüfung die Ausfallquoten der aktuellen Periode berücksichtigt und Auf- und Abschläge vorgenommen, falls Änderungen im Marktumfeld oder makroökonomische Entwicklungen eine gegenüber der Historie höhere oder geringere Kreditausfallwahrscheinlichkeit indizieren. Wie im Vorjahr blieben die im Rahmen der Portfoliobetrachtung ermittelten erwarteten Kreditausfälle für Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie für Vertragsvermögenswerte – ohne die einzeln wertgeminderten – über sämtliche Kundengruppen und Altersklassen hinweg in einem engen Korridor von 0,0 Prozent bis maximal 1,5 Prozent.

Aufgrund des allgemein geringen Ausfallrisikos bei den in die Portfoliobetrachtung einbezogenen Kund:innen ergeben sich bei den Ausfallraten zwischen den Kundengruppen kaum nennenswerte Unterschiede.

Zu den Wertberichtigungen auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen einschließlich der über das vereinfachte Modell ermittelten erwarteten Kreditverluste siehe
→ Ziffer 23 „Forderungen und sonstige finanzielle Vermögenswerte“

LIQUIDITÄTSRISIKEN

Im Rahmen des Liquiditätsmanagements stellt die ProSiebenSat.1 Group sicher, dass trotz der saisonal stark schwankenden Umsatzerlöse jederzeit ausreichend Liquidität verfügbar ist. Wesentlicher Bestandteil der konzernweiten Unternehmensfinanzierung sind der Term Loan (1.200 Mio Euro) und die Schuldscheindarlehen (1.200 Mio Euro). Daneben stehen die RCF (750 Mio Euro) sowie ein kurzlaufendes Geldmarktinstrument (50 Mio Euro) zur Verfügung. Die ProSiebenSat.1 Group kann die RCF flexibel für allgemeine betriebliche Zwecke verwenden.

Zum 31. Dezember 2021 ist die RCF nicht in Anspruch genommen (Vorjahr: keine Inanspruchnahme), sodass zum 31. Dezember 2021 aus der RCF Mittel in Höhe 750 Mio Euro (Vorjahr: 750 Mio Euro) zum Abruf zur Verfügung stehen. Der Term Loan und die RCF haben zum

weit überwiegenden Teil eine Laufzeit bis April 2024 (der verbleibende Teil bis April 2023). Die Schuldscheindarlehen werden wie folgt fällig:

FÄLLIGKEITEN SCHULDSCHEINDARLEHEN

in Mio Euro

Fälligkeit	Fälliger Nominalbetrag
Dezember 2023	275
Oktober 2025	226
Dezember 2026	225
Oktober 2027	346
Oktober 2029	80
Oktober 2031	48
Schuldscheindarlehen gesamt	**1.200**

Die ProSiebenSat.1 Group weist zum 31. Dezember 2021 einen Bestand an Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten von 594 Mio Euro (Vorjahr: 1.224 Mio Euro) auf und verfügt somit zum 31. Dezember 2021 über insgesamt 1.344 Mio Euro (Vorjahr: 1.974 Mio Euro) an liquiden Mitteln und ungenutzter RCF.

Bei der Darstellung der Liquiditätsrisiken wird in der nachfolgenden Tabelle eine Restlaufzeitengliederung für nicht-derivative finanzielle Verbindlichkeiten auf Basis der vertraglich vereinbarten Fälligkeitstermine sowie für derivative finanzielle Verbindlichkeiten in Bezug auf den zeitlichen Anfall der Zahlungen angegeben. Dabei werden zum 31. Dezember 2021 und dem Vorjahr pro Laufzeitband jeweils die vertraglich vereinbarten, nicht diskontierten Zahlungen (inklusive der Zinsen) gezeigt.

FINANZIELLE VERBINDLICHKEITEN NACH FÄLLIGKEIT 2021

in Mio Euro

	bis 1 Jahr	über 1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre	**Summe vertragliche Cashflows 31.12.2021**
Darlehen und Kredite	63	1.216	—	1.279
Schuldscheindarlehen	13	768	484	1.265
Verbindlichkeiten aus Immobilienfinanzierungen	4	19	91	114
Verbindlichkeiten aus Leasingverträgen	44	132	58	234
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	555	52	—	607
Nicht-derivative finanzielle Verbindlichkeiten	**679**	**2.188**	**632**	**3.499**
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten[1]	**11**	**70**	**—**	**81**

1 Unter die derivativen finanziellen Verbindlichkeiten fallen im Prinzip auch Euro-Zahlungsverpflichtungen aus Devisentermingeschäften/-swaps. Da der Zahlungsverpflichtung in Euro zugleich Zahlungsansprüche in US-Dollar gegenüberstehen, weist die Tabelle jeweils nur die Nettozahlungsverpflichtung aus. Zum 31. Dezember 2021 bestehen keine Verbindlichkeiten aus Devisentermingeschäften/-swaps.

FINANZIELLE VERBINDLICHKEITEN NACH FÄLLIGKEIT 2020

in Mio Euro

	bis 1 Jahr	über 1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre	Summe vertragliche Cashflows 31.12.2020
Anleihe	612	—	—	612
Darlehen und Kredite	33	2.174	—	2.207
Schuldscheindarlehen	7	296	229	532
Verbindlichkeiten aus Immobilienfinanzierungen	2	58	23	83
Verbindlichkeiten aus Leasingverträgen	42	136	67	244
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	618	74	—	692
Nicht-derivative finanzielle Verbindlichkeiten	**1.314**	**2.738**	**319**	**4.371**
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten[1]	**33**	**148**	**1**	**183**

1 Unter die derivativen finanziellen Verbindlichkeiten fallen auch Euro-Zahlungsverpflichtungen aus Devisentermingeschäften/-swaps. Da der Zahlungsverpflichtung in Euro zugleich Zahlungsansprüche in US-Dollar gegenüberstehen, weist die Tabelle jeweils nur die Nettozahlungsverpflichtung aus. Der entsprechende Bruttozahlungsbetrag beläuft sich am 31. Dezember 2020 auf 382 Mio Euro, davon sind 102 Mio Euro innerhalb der nächsten 12 Monate fällig, 272 Mio Euro im Zeitraum zwischen 1 Jahr und 5 Jahren und 8 Mio Euro nach 5 Jahren.

Über die in der Tabelle erfassten finanziellen Verbindlichkeiten hinaus bestehen Finanzierungszusagen seitens des Konzerns gegenüber dem Gemeinschaftsunternehmen Joyn in Höhe von insgesamt bis zu 114 Mio Euro (Vorjahr: 60 Mio Euro). Die zugesagten Mittel können bis zum 31. Dezember 2023 abgerufen werden.

ANGABEN ZU BUCH- UND MARKTWERTEN VON FINANZINSTRUMENTEN

Die untenstehende Tabelle zeigt die Buchwerte und beizulegenden Zeitwerte aller Kategorien von finanziellen Vermögenswerten und finanziellen Verbindlichkeiten der ProSiebenSat.1 Group. Die Fair-Value-Hierarchiestufen spiegeln die Marktnähe der für die Bewertung verwendeten Inputdaten wider und sind wie folgt definiert:

– Stufe 1: Die Marktwertermittlung erfolgt auf Basis notierter, nicht angepasster Preise auf aktiven Märkten für identische Vermögenswerte und Schulden.

– Stufe 2: Die Marktwertermittlung erfolgt auf Basis von anderen als den zur Stufe 1 gehörenden, am Markt beobachtbaren Preisnotierungen oder anhand von Bewertungsmethoden, die entweder unmittelbar oder mittelbar am Markt beobachtbare Inputfaktoren verwenden.

– Stufe 3: Die Marktwertermittlung erfolgt zu einem erheblichen Teil auf Basis von Inputfaktoren, für die keine beobachtbaren Marktdaten zur Verfügung stehen.

BUCH- UND MARKTWERTE (FAIR VALUES) VON FINANZINSTRUMENTEN

in Mio Euro

		31.12.2021					31.12.2020				
				Fair Value					Fair Value		
	In der Bilanz ausgewiesen in	**Buchwert**	**Fair Value**	**Stufe 1**	**Stufe 2**	**Stufe 3**	Buchwert	Fair Value	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3
Finanzielle Vermögenswerte											
Bewertet zum Fair Value											
Fondsanteile zur Absicherung von Pensionsverpflichtungen	Sonstige finanzielle Vermögenswerte	27	27	27	—	—	28	28	28	—	—
Eigenkapitalinstrumente	Sonstige finanzielle Vermögenswerte	325	325	55	—	270	212	212	—	—	212
Hedge Derivate	Sonstige finanzielle Vermögenswerte	53	53	—	53	—	18	18	—	18	—
Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen	Sonstige finanzielle Vermögenswerte	8	8	—	8	—	1	1	—	1	—
Bewertet zu fortgeführten Anschaffungskosten											
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente[1]	Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	594	594				1.224	1.224			
Darlehen und Forderungen[1]	Sonstige finanzielle Vermögenswerte und Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	581	581				630	630			
Summe		**1.589**	**1.589**	**82**	**61**	**270**	**2.114**	**2.114**	**28**	**19**	**212**
Finanzielle Verbindlichkeiten											
Bewertet zum Fair Value											
Verbindlichkeiten aus Put-Optionen und Earn-Outs	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	68	68	—	—	68	156	156	—	—	156
Hedge Derivate	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	7	7	—	7	—	19	19	—	19	—
Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	1	1	—	1	—	0	0	—	0	—
Bewertet zu fortgeführten Anschaffungskosten											
Darlehen und Kredite	Finanzverbindlichkeiten	1.248	1.268	—	1.268	—	2.094	2.180	—	2.180	—
Anleihen	Finanzverbindlichkeiten	—	—	—	—	—	600	601	601	—	—
Schuldscheindarlehen	Finanzverbindlichkeiten	1.198	1.203	—	1.203	—	499	521	—	521	—
Immobilienkredite	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	97	102	—	102	—	71	79	—	79	—
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten zu (fortgeführten) Anschaffungskosten[1]	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	641	641				737	737			
Summe		**3.260**	**3.291**	**—**	**2.581**	**68**	**4.176**	**4.293**	**601**	**2.799**	**156**

1 Der Buchwert stellt einen angemessenen Näherungswert für den beizulegenden Zeitwert (Fair Value bzw. Marktwert) dar. Eine gesonderte Ermittlung eines beizulegenden Zeitwertes erfolgt insoweit nicht. In der Fair-Value-Spalte ist daher der Buchwert angegeben und eine Zuordnung zu einer der Fair-Value-Hierarchiestufen entfällt. In den Darlehen und Forderungen enthalten sind Vermögenswerte aus Verträgen mit Kund:innen in Höhe von 34 Mio Euro (Vorjahr: 29 Mio Euro).

Unter den Eigenkapitalinstrumenten ausgewiesen sind Minderheitenbeteiligungen an anderen Unternehmen bzw. Options- oder Bezugsrechtevereinbarungen über solche Minderheitenbeteiligungen, die die ProSiebenSat.1 Group insbesondere im Rahmen ihrer Media-for-Equity-Strategie erwirbt. Daneben enthält die Position Fondsinvestments.

Die Bewertung dieser Instrumente erfolgt erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert. Bei der Ermittlung des beizulegenden Zeitwertes wird auf Barwertverfahren unter Verwendung von risikoadjustierten Diskontierungszinssätzen zurückgegriffen bzw. in Bezug auf die Wandlungsrechte und sonstige optionale Elemente auf Binomialmodelle, Monte-Carlo-Simulationen oder Szenarioanalysen. Soweit beobachtbare erzielbare Preise aus Finanzierungsrunden oder Wertansätze aus externen Wertgutachten bzw. für die

Fondsinvestment Net Asset Values vorliegen, werden sie in die Bewertung zum beizuliegenden Zeitwert einbezogen.

Die zum Zweck der Absicherung gehaltenen Finanzderivate mit positiven Marktwerten werden als sonstige finanzielle Vermögenswerte, solche mit negativen Marktwerten als sonstige finanzielle Verbindlichkeiten ausgewiesen. Bei der Bewertung kommen Barwertmodelle auf Basis von risikolosen Diskontierungszinssätzen bzw. gängige Optionspreismodelle (Black-Modell oder Black-Scholes-Modell) zum Einsatz.

In den zum beizulegenden Zeitwert bewerteten finanziellen Verbindlichkeiten werden neben Derivaten mit negativen Marktwerten Verbindlichkeiten aus Put-Options- und Earn-Out-Vereinbarungen ausgewiesen.
→ Ziffer 13 „Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen und sonstiges Finanzergebnis“

WESENTLICHE ANNAHMEN UND SCHÄTZUNGEN

Bedingte Kaufpreisbestandteile bei Unternehmenszusammenschlüssen in Form von Put-Optionen auf Anteile anderer Gesellschafter werden im Erwerbszeitpunkt und im Rahmen der Folgebilanzierung regelmäßig mit dem beizulegenden Zeitwert bewertet. Die Bewertung erfolgt transaktionsbezogen und basiert im Wesentlichen auf nicht am Markt beobachtbaren Inputdaten. Die Instrumente werden demzufolge als Finanzinstrumente der Stufe 3 klassifiziert. Für die Bewertung werden grundsätzlich Multiplikator- oder DCF-Verfahren verwendet. Die Ermittlung diskontierter Cashflows unterliegt in erheblichem Ausmaß Planungsannahmen, die sensitiv auf Änderungen reagieren und damit die Werthaltigkeit signifikant beeinflussen können. Wesentliche nicht am Markt beobachtbare Inputgrößen sind die den jeweiligen Instrumenten zugrundeliegenden Ergebnisgrößen sowie die für die Diskontierung verwendeten risikoadäquaten Fremdkapitalzinssätze. Eine Verbesserung der zugrundeliegenden Ergebnisgrößen um 5 Prozent würde den (negativen) beizulegenden Zeitwert der Put-Optionen zum Abschlussstichtag um 4 Mio Euro erhöhen, eine Verschlechterung um 5 Prozent würde ihn um 4 Mio Euro mindern. Daneben würde eine Zinssatzänderung um plus bzw. minus einen Prozentpunkt dazu führen, dass sich der beizulegende Zeitwert dieser Finanzverbindlichkeiten insgesamt um 1 Mio Euro mindert bzw. um 1 Mio Euro erhöht.

Die beizulegenden Zeitwerte von Darlehen und Krediten sowie Schuldscheindarlehen werden durch Diskontierung der erwarteten zukünftigen Zahlungsströme mit den für ähnliche Finanzschulden mit vergleichbarer Restlaufzeit geltenden Zinssätzen bestimmt.

Die folgende Tabelle stellt für Finanzinstrumente, die regelmäßig zum beizulegenden Zeitwert bewertet und der Stufe 3 zugeordnet werden, die Überleitung der jeweiligen beizulegenden Zeitwerte auf den Abschlussstichtag dar:

ÜBERLEITUNG DER FAIR VALUES IM BEREICH STUFE 3

in Mio Euro

	Eigenkapital-instrumente	Verbindlichkeiten aus Put-Optionen und Earn-Outs	Sonstige Stufe-3-Instrumente und Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen
Stand 01.01.2020	**206**	**166**	**6**
In der Berichtsperiode in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasste Ergebnisse[1]	19	33	0
Zugänge aus Akquisitionen	17	2	—
Abgänge aus Veräußerungen/Tilgungen	–36	–43	—
Sonstige Veränderungen	6	–3	–6
Stand 31.12.2020 / 01.01.2021	**212**	**156**	**—**
In der Berichtsperiode in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasste Ergebnisse[1]	87	–6	—
Zugänge aus Akquisitionen	44	—	—
Abgänge aus Veräußerungen/Tilgungen	–30	–83	—
Umgliederung in die Stufe-1-Bewertungskategorie	–35	—	—
Sonstige Veränderungen	–8	2	—
Stand 31.12.2021	**270**	**68**	**—**

1 Von den in der Berichtsperiode erfassten Gewinnen und Verlusten waren bei den Eigenkapitalinstrumenten Gewinne von 79 Mio Euro (Vorjahr: 9 Mio Euro) unrealisiert und bei den Verbindlichkeiten aus Put-Optionen und Earn-Outs Gewinne von 4 Mio Euro (Vorjahr: Verluste von 39 Mio Euro).

Ergebniswirksame Effekte aus sämtlichen Instrumenten der Stufe 3 werden bis auf die im Zinsergebnis erfassten Aufzinsungseffekte im sonstigen Finanzergebnis dargestellt.

Die in der Berichtsperiode für Eigenkapitalinstrumente erfassten Gewinne in Höhe von 87 Mio Euro betreffen im Wesentlichen die Neubewertungen von Fondsinvestments. Bei den Zugängen in Höhe von 44 Mio Euro handelt es sich vor allem um im Rahmen von Media-for-Equity-Transaktionen erworbene Beteiligungen, bei den Abgängen in Höhe von 30 Mio Euro hauptsächlich um Verkäufe von Fondsinvestments. Die Umgliederung in Höhe von 35 Mio Euro betrifft die von SevenVentures gehaltenen Anteile an ABOUT YOU, die nach dem Börsengang der Gesellschaft im Juni 2021 in Form von börsennotierten Aktien gehalten werden und aus diesem Grund aus der Stufe-3-Kategorie in die Stufe-1-Kategorie umgegliedert wurden. Ein Teil der Aktien wurde im Anschluss an den Börsengang von den Emissionsbanken als sogenannte Greenshoe-Aktien am Markt platziert. Aus dieser Platzierung entstand ein Gewinn in Höhe von 18 Mio Euro, der im sonstigen Finanzergebnis ausgewiesen wurde.

Die Abgänge von Verbindlichkeiten aus Put-Options- und Earn-Out-Vereinbarungen in Höhe von 83 Mio Euro betreffen insbesondere Auszahlungen, die von der ParshipMeet Holding und esome advertising technologies GmbH, Hamburg im Rahmen solcher Vereinbarungen geleistet wurden, sowie Auszahlungen für den nachträglichen Erwerb von Anteilen an der Studio71-Gruppe und anderen Gesellschaften des Segments Entertainment im Zusammenhang mit Unternehmenserwerben aus Vorjahren. Zudem kam es im Zuge des Verkaufs der Gravitas zum Abgang der Verbindlichkeit aus der Put-Optionsvereinbarung mit dem Management der Gravitas.
→ Ziffer 5 „Akquisitionen und Verkäufe mit Auswirkungen auf den Konsolidierungskreis“

SALDIERUNG VON FINANZINSTRUMENTEN

Die ProSiebenSat.1 Group kontrahiert sämtliche mit Banken abgeschlossene Derivategeschäfte unter dem für solche Geschäfte branchenüblichen Deutschen Rahmenvertrag für Finanztermingeschäfte. Damit unterliegen diese Derivate für den Fall, dass eine der Vertragsparteien fällige Zahlungsverpflichtungen nicht erfüllt, vertraglichen Saldierungsvereinbarungen, die jedoch den Kriterien für einen saldierten Ausweis in der Bilanz

nicht genügen. Die Darstellung erfolgt deshalb auch in der Bilanz auf Bruttobasis. Ansonsten bestehen in der ProSiebenSat.1 Group keinerlei vertragliche Regelungen zur Saldierung finanzieller Vermögenswerte und Verbindlichkeiten.

Die nachfolgende Tabelle enthält Angaben zur Saldierung von Finanzinstrumenten und zu Saldierungsvereinbarungen. Bei den dargestellten Werten handelt es sich um beizulegende Zeitwerte, die ohne Berücksichtigung von Credit Value Adjustments ermittelt wurden:

SALDIERUNG VON FINANZINSTRUMENTEN
in Mio Euro

	Finanzielle Vermögenswerte (Brutto-Darstellung)	Bilanziell saldierte finanzielle Verbindlichkeiten	Finanzielle Vermögenswerte (Netto-Darstellung)	Beträge, welche Saldierungs-vereinbarungen unterliegen	Finanzielle Vermögenswerte nach (nicht-bilanzieller) Saldierung
Derivative Finanzinstrumente 31. Dezember 2021	61	—	61	–7	55
Derivative Finanzinstrumente 31. Dezember 2020	19	—	19	–11	7

	Finanzielle Verbindlichkeiten (Brutto-Darstellung)	Bilanziell saldierte finanzielle Vermögenswerte	Finanzielle Verbindlichkeiten (Netto-Darstellung)	Beträge, welche Saldierungs-vereinbarungen unterliegen	Finanzielle Verbindlichkeiten nach (nicht-bilanzieller) Saldierung
Derivative Finanzinstrumente 31. Dezember 2021	8	—	8	–7	1
Derivative Finanzinstrumente 31. Dezember 2020	19	—	19	–11	8

34 / Segmentberichterstattung

Die ProSiebenSat.1 Group hat Ende letzten Jahres ihre Konzern-Segmentstruktur überprüft und die Berichterstattung zum 1. Januar 2021 umgestellt. Sie berichtet nun in den drei Segmenten Entertainment, Dating & Video sowie Commerce & Ventures.

In das Segment Entertainment (Vorjahr: Seven.One Entertainment Group) wurde in diesem Zusammenhang das Produktions- und Vertriebsgeschäft der Red Arrow Studios inklusive Studio71 integriert. Das Segment Dating & Video entspricht dem bisherigen Segment ParshipMeet Group und bleibt in seiner Zusammensetzung im Vergleich zum Jahresende 2020 unverändert. Das Segment Dating & Video wurde in den ersten drei Quartalen des Geschäftsjahres 2021 als Segment Dating berichtet und im vierten Quartal in Dating & Video umbenannt. Dies trägt den Geschäftsbereichen der ParshipMeet Group Rechnung. Im neuen Segment Commerce & Ventures wurden die Unternehmen des bisherigen Segments NuCom Group, der Investitionsarm SevenVentures und das Portfolio von SevenGrowth gebündelt.

Die Vorjahreswerte wurden der neuen Segmentstruktur entsprechend angepasst.

Es ergeben sich somit zum Ende des Geschäftsjahres folgende drei Berichtssegmente des Konzerns:

– Das Segment Entertainment fasst das Free-TV- und Online-Videogeschäft der ProSiebenSat.1 Group mit den Sendermarken SAT.1, ProSieben, Kabel Eins, sixx, SAT.1 Gold, ProSieben Maxx und Kabel Eins Doku sowie die Sender unserer Konzerntöchter in Österreich und der Schweiz

zusammen. Darüber hinaus sind in dem Segment die Vermarktungsgesellschaften Seven.One Media GmbH und Seven.One AdFactory GmbH, das Gemeinschaftsunternehmen Joyn und verschiedene kommerzielle Websites gebündelt. Zudem sind auch das Produktions- und Vertriebsgeschäft der Red Arrow Studios, dessen umfangreiches Programmangebot unter anderem Unterhaltungs-, Reality- und Factual-Formate sowie TV-Serien, Fernsehfilme und digitale Inhalte umfasst, sowie Studio71 seit Januar 2021 in diesem Segment integriert. Studio71 ist eine Digital Media & Entertainment-Company und bietet globale digitale Inhalte und Web-Produktionen vor allem in den Bereichen Branded Content, Original Productions, Content Distribution, Influencer Products und Creator Management. Das Segment Entertainment generiert seine Umsätze aus den Bereichen Werbung, Distribution & Sonstiges, Produktion, Globaler Vertrieb und Studio71.

- Das Segment Dating & Video (vormals: Dating), das aus der 2020 gegründeten ParshipMeet Group besteht, bildet mit den Geschäften der Parship Group sowie der The Meet Group ein breites Spektrum des Online-Dating-Marktes ab, von Social Dating mit einer starken Unterhaltungskomponente auf Basis von Live-Video-Streaming bis hin zu seriösem Matchmaking. Auch geografisch ist die ParshipMeet Group breit diversifiziert: Dating-Plattformen wie eharmony, Parship, ElitePartner und LOVOO unterstützen Singles in Nordamerika, Europa und Australien bei der Partnersuche. Videobasierte Social-Dating- und Entertainment-Apps wie MeetMe, Skout, Tagged oder GROWLr ermöglichen ihren Nutzer:innen weltweit Kontakte und Unterhaltung. Auf diese Weise kann die ParshipMeet Group unterschiedlichen Kundengruppen ein umfassendes Angebot für ihre Suche nach Freundschaften, Flirts oder Liebe machen. Seit dem 4. September 2020 hält General Atlantic einen nicht-beherrschenden Anteil in Höhe von 45,0 Prozent an der ParshipMeet Group.

- Das Segment Commerce & Ventures umfasst zum einen die Unternehmen der NuCom Group, die in den Bereichen Verbraucherberatung, Erlebnisse, Beauty & Lifestyle tätig sind. Die NuCom Group schloss 2018 eine langfristige Partnerschaft mit General Atlantic. General Atlantic hält einen nicht-beherrschenden Anteil in Höhe von 28,4 Prozent an der NuCom Group. Zum anderen umfasst das Segment Commerce & Ventures SevenVentures, das flexible Investment-Modell des Konzerns aus Minderheitsbeteiligungen und Mediakooperationen, das bereits etablierten Wachstumsunternehmen eine individuell zugeschnittene Unterstützung für ihre weitere erfolgreiche Entwicklung bietet. Im Vorjahr war SevenVentures noch dem Segment Seven.One Entertainment Group (fortan: Entertainment) zugeordnet. Darüber hinaus gehört zum Segment Commerce & Ventures das Investmentvehikel SevenGrowth, unter anderem mit den Gesellschaften Marktguru und wetter.com. Die Gesellschaften Martkguru und wetter.com waren im Vorjahr noch dem Segment Seven.One Entertainment Group (fortan: Entertainment) zugeordnet.

- In der Überleitungsspalte (Holding & Sonstiges) werden neben den Holdingfunktionen sonstige Effekte erfasst. Sonstige Effekte resultieren aus der Eliminierung bzw. Konsolidierung von konzerninternen Transaktionen zwischen den Segmenten. Diese Geschäftsbeziehungen erfolgen zu marktüblichen Bedingungen. Wie im Vorjahr entfallen im Geschäftsjahr 2021 die dargestellten Beträge mit Ausnahme der Innenumsatzerlöse auf die Holdingfunktionen.

Der Vorstand als Hauptentscheidungsträger misst den Erfolg der Segmente anhand einer Segmentergebnisgröße, die in der internen Steuerung und Berichterstattung als „adjusted EBITDA“ bezeichnet wird. Die Ertragskennzahl „adjusted EBITDA“ steht für adjusted Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization. Sie beschreibt das um bestimmte Einflussfaktoren (Sondereffekte) bereinigte Betriebsergebnis (Ergebnis vor Zinsen, Steuern sowie Abschreibungen und Wertminderungen). Als weitere Steuerungsgröße wird der Umsatz des Segments herangezogen.

Die nachfolgende Tabelle enthält die Segmentinformationen der ProSiebenSat.1 Group:

SEGMENTINFORMATIONEN 2021

in Mio Euro

	Entertainment	Dating & Video	Commerce & Ventures	Summe Segmente	Überleitung (Holding & Sonstiges)	**Summe Konzern**
Konzernumsatzerlöse	3.218	542	857	4.616	–122	4.494
Außenumsatzerlöse	3.098	542	854	4.494	—	4.494
Innenumsatzerlöse	120	0	3	122	–122	—
Adjusted EBITDA	698	119	50	867	–26	840
Sondereffekte	–19	–3	–8	–30	–6	–36
Abschreibungen und Wertminderungen	135	36	61	232	20	251
Investitionen	1.156	11	47	1.215	64	1.278
davon Programminvestitionen	1.060	—	—	1.060	—	1.060

SEGMENTINFORMATIONEN 2020

in Mio Euro

	Entertainment	Dating & Video	Commerce & Ventures	Summe Segmente	Überleitung (Holding & Sonstiges)	Summe Konzern
Konzernumsatzerlöse	2.893	333	963	4.190	–143	4.047
Außenumsatzerlöse	2.768	333	945	4.047	—	4.047
Innenumsatzerlöse	125	—	18	143	–143	—
Adjusted EBITDA	561	80	84	725	–19	706
Sondereffekte	29	–11	90	107	–12	95
Abschreibungen und Wertminderungen	143	18	60	221	27	248
Investitionen	1.196	4	50	1.250	47	1.297
davon Programminvestitionen	1.063	—	—	1.063	—	1.063

Die Abschreibungen und Wertminderungen entfallen auf das den einzelnen Segmenten zugeordnete Vermögen. Darin enthalten sind Wertminderungen in Höhe von 29 Mio Euro (Vorjahr: 8 Mio Euro). Hiervon entfallen auf die Segmente Entertainment 16 Mio Euro (Vorjahr: 8 Mio Euro) und Commerce & Ventures 13 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro). Bei Commerce & Ventures steht den Wertminderungen eine Wertaufholung einer Marke in Höhe von 9 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) entgegen. Nicht enthalten sind Abschreibungen und Wertminderungen auf das Programmvermögen sowie Wertminderungen auf Finanzanlagen und kurzfristige finanzielle Vermögenswerte.

Die Investitionen umfassen Zugänge zu sonstigen immateriellen Vermögenswerten, Sachanlagen sowie zum Programmvermögen.

Nachfolgend wird das adjusted EBITDA der Segmente auf das Konzernergebnis übergeleitet:

ÜBERLEITUNG DES SEGMENTERGEBNISSES

in Mio Euro

	2021	2020
Adjusted EBITDA der berichtspflichtigen Segmente	867	725
Eliminierungen und sonstige Überleitungsposten	–26	–19
Adjusted EBITDA des Konzerns	**840**	**706**
Sondereffekte	–36	95
Finanzergebnis	54	–183
Abschreibungen und Wertminderungen	–251	–248
Ertragsteuern	–165	–118
Konzernergebnis	**442**	**252**

Die im adjusted EBITDA bereinigten Sondereffekte verteilen sich auf folgende Kategorien:

DARSTELLUNG DER SONDEREFFEKTE
in Mio Euro

	2021	2020
Erträge aus Änderungen des Konsolidierungskreises	1	140
Erträge aus sonstigen Einmaleffekten	6	1
Zu bereinigende Erträge	**7**	**141**
M&A-bezogene Aufwendungen	–12	–24
Reorganisationsaufwendungen	–7	–6
Aufwendungen für Rechtsstreitigkeiten	–1	–3
Anpassungen des beizulegenden Zeitwerts anteilsbasierter Vergütungen	–4	–5
Aufwendungen aus Änderungen des Konsolidierungskreises	–10	—
Aufwendungen aus sonstigen Einmaleffekten	–8	–7
Bewertungseffekte aus strategischen Neuausrichtungen von Business Units	–1	–1
Zu bereinigende Aufwendungen	**–43**	**–46**
Sondereffekte	**–36**	**95**

Nachstehend sind Informationen über die geographische Verteilung von Außenumsatzerlösen und langfristigen Vermögenswerten der ProSiebenSat.1 Group zu finden. Dabei wird unterschieden nach den geographischen Regionen Deutschland, Österreich und der Schweiz (DACH), den Vereinigten Staaten (USA) sowie Sonstige.

ANGABEN NACH GEOGRAPHISCHER AUFTEILUNG
in Mio Euro

	DACH		USA		Sonstige		**Summe Konzern**	
	2021	2020	2021	2020	2021	2020	**2021**	2020
Außenumsatzerlöse	3.504	3.349	878	620	111	77	4.494	4.047
Langfristiges Vermögen	3.659	3.774	804	825	36	35	4.498	4.634

In der geographischen Region DACH entfallen auf Deutschland Außenumsatzerlöse in Höhe von 3.241 Mio Euro (Vorjahr: 3.112 Mio Euro) und langfristiges Vermögen in Höhe von 3.606 Mio Euro (Vorjahr: 3.723 Mio Euro).

Die Zuordnung der Umsätze und des langfristigen Vermögens erfolgt nach dem Land des Sitzes der Tochtergesellschaft, die die Umsatzerlöse realisiert bzw. die langfristigen Vermögenswerte hält.

Das langfristige Vermögen beinhaltet die Geschäfts- oder Firmenwerte, die sonstigen immateriellen Vermögenswerte, die Sachanlagen und das langfristige Programmvermögen.

Wie im Vorjahr, wurde im Geschäftsjahr 2021 mit keinem Kunden mehr als 10 Prozent der Konzernumsatzerlöse erzielt.

35 / Anteils- und leistungsbasierte Vergütung

PERFORMANCE SHARE PLAN

Bei dem Performance Share Plan (PSP) handelt es sich um ein langfristiges Vergütungsinstrument, das von der ProSiebenSat.1 Media SE für Mitglieder des Vorstands sowie ausgewählte Führungskräfte der ProSiebenSat.1 Group entwickelt wurde. Die Berechtigten und die Zahl der ihnen einzuräumenden Performance Share Units (PSUs) werden durch den Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE mit Zustimmung des Aufsichtsrats bzw. – soweit Mitglieder des Vorstands betroffen sind – durch den Aufsichtsrat festgelegt.

Im Geschäftsjahr 2021 wurde der PSP erstmalig nur an die Mitglieder des Vorstands ausgegeben. Grund dafür ist die Entwicklung eines neuen langfristigen KPI-basierten Vergütungsplans, der den PSP und weitere anteilsbasierte, langfristige Vergütungsinstrumente für ausgewählte Führungskräfte der ProSiebenSat.1 Group sukzessive ablöst. Dieser langfristige Vergütungsplan sieht vor, dass die Planteilnehmer:innen für die Planlaufzeit von drei Geschäftsjahren jährlich an zwei Leistungsparametern, den P7S1 ROCE (Return on Capital Employed) und das organische Umsatzwachstum, gemessen werden. Die Leistungsparameter werden (gewichtet) verwendet, um den jährlichen Bonusanspruch der Planteilnehmer:innen festzulegen. Im Geschäftsjahr 2021 hatte dieser langfristige Vergütungsplan keine wesentliche Auswirkung auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

Die Planbedingungen und die wesentlichen Kennzahlen des PSP werden im Folgenden erläutert. Für weitere Informationen siehe
→ Vergütungsbericht

Planbedingungen

Der PSP ist als mehrjährige variable Vergütung in Form virtueller Aktien ausgestaltet. Hierzu erfolgt eine Zuteilung in jährlichen Tranchen mit jeweils vierjährigem Performancezeitraum. Die Auszahlung erfolgt jeweils in bar in Jahr fünf, dem Jahr nach Ablauf des Performancezeitraums. Die Gesellschaft hat das Recht, statt der Auszahlung in bar alternativ eine Abwicklung in eigenen Aktien zu wählen und hierzu eine entsprechende Zahl an Aktien der Gesellschaft zu liefern.

Die Bewertung der PSUs erfolgt zum beizulegenden Zeitwert und ist von der Aktienkursentwicklung der ProSiebenSat.1 Media SE sowie einer Zielerreichung auf Basis der internen sowie externen Unternehmensperformance abhängig. Die Unternehmensperformance bestimmt sich zu je 50 Prozent anhand des adjusted net income auf Konzernebene sowie des relativen Total Shareholder Return (TSR – Aktienrendite der ProSiebenSat.1 Media SE Aktie relativ zur Aktienrendite der Unternehmen des STOXX Europe 600 Media).

Für die Vorstandsmitglieder ist jeweils ein individueller Zuteilungswert im Dienstvertrag festgelegt. Mit Wirkung zum Beginn eines Geschäftsjahres wird auf Basis des volumengewichteten durchschnittlichen XETRA-Schlusskurses der ProSiebenSat.1 Media SE Aktie der letzten 30 Börsenhandelstage vor Beginn des Geschäftsjahres eine dem Zuteilungswert entsprechende Anzahl an PSUs gewährt. Nach Ablauf des vierjährigen Performancezeitraums werden die gewährten PSUs mit einem Umrechnungsfaktor, der sich anhand der gewichteten Zielerreichung des adjusted net income und des relativen TSR bestimmt, in eine endgültige Anzahl von PSUs umgerechnet. Der Auszahlungsbetrag je PSU entspricht dem volumengewichteten durchschnittlichen XETRA-Schlusskurs der ProSiebenSat.1 Media SE Aktie der vorangegangenen 30 Börsenhandelstage vor Ende des Performancezeitraums zuzüglich der im Performancezeitraum kumulierten Dividendenzahlungen auf die ProSiebenSat.1 Media SE Aktie. Er ist je Tranche auf maximal 200 Prozent des individuellen Zuteilungswerts begrenzt (Cap). Im Falle einer Abwicklung in eigenen Aktien wird der Auszahlungsbetrag auf Grundlage des vorstehenden Durchschnittskurses in eine entsprechende Anzahl eigener Aktien der Gesellschaft umgerechnet, die an die Berechtigten ausgegeben werden.

Kennzahl adjusted net income auf Konzernebene

Zur Feststellung der Zielerreichung in Bezug auf das adjusted net income wird für jede Tranche die durchschnittliche jährliche Zielerreichung über den vierjährigen Performancezeitraum herangezogen. Der Zielwert eines jeden Geschäftsjahres des Performancezeitraums wird vom Aufsichtsrat jährlich in Euro festgelegt und leitet sich aus der Budgetplanung für den Konzern ab. Dabei wird in einem ersten Schritt, sofern erforderlich, das nach dem maßgeblichen geprüften und gebilligten Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE tatsächlich erzielte Ist-adjusted net income um Effekte aus wesentlichen Änderungen in der IFRS-Rechnungslegung sowie aus nicht in der Planung enthaltenen Auswirkungen von innerhalb der Berichtsperiode durchgeführten M&A-Transaktionen (nebst hierauf bezogener Finanzierungseffekte) bereinigt. Das sich daraus

ergebende adjusted net income wird dann in einem zweiten Schritt mit dem Ziel-adjusted net income für das jeweilige Geschäftsjahr verglichen.

Entspricht das Ist-adjusted net income dem Zielwert, beträgt die Zielerreichung 100 Prozent. Bei einer Negativabweichung von 20 Prozent oder mehr vom Ziel-adjusted net income beträgt die Zielerreichung 0 Prozent. Für die maximale Zielerreichung von 200 Prozent muss das Ist-adjusted net income das Ziel-adjusted net income um 20 Prozent oder mehr übersteigen. Zwischenwerte werden linear interpoliert. Die adjusted net income-Zielerreichungskurve ist symmetrisch ausgestaltet, einer Zielunter- bzw. -überschreitung wird somit gleichermaßen Rechnung getragen.

Kennzahl relativer Total Shareholder Return (TSR)

Zur Ermittlung der Zielerreichung werden der TSR der ProSiebenSat.1 Media SE Aktie und der Aktien der Vergleichsunternehmen in eine Rangreihe gebracht und die relative Positionierung der ProSiebenSat.1 Media SE anhand des erreichten Perzentilrangs ausgedrückt. Die endgültige Zielerreichung im Hinblick auf den relativen TSR kann erst nach Abschluss des letzten Geschäftsjahres des jeweiligen vierjährigen Performancezeitraums ermittelt werden.

Entspricht der erreichte relative TSR der ProSiebenSat.1 Media SE dem Median (50. Perzentil) der Vergleichsgruppe, beträgt die Zielerreichung 100 Prozent. Bei einer Positionierung am 25. Perzentil oder darunter beträgt die Zielerreichung 0 Prozent. Für die maximale Zielerreichung von 200 Prozent muss mindestens das 90. Perzentil erreicht werden. Zwischenwerte werden sowohl im Fall einer positiven als auch einer negativen Abweichung jeweils linear interpoliert.

Die folgende Tabelle gibt die wesentlichen Informationen zu den einzelnen Tranchen des PSP der ProSiebenSat.1 Group wieder:

PERFORMANCE SHARE PLAN

in PSUs	PSP 2021	PSP 2020	PSP 2019	PSP 2018
Stand 01.01.2021	**—**	**425.088**	**366.666**	**286.754**
Zugeteilt in 2021	220.135	—	—	—
Stand 31.12.2021	**220.135**	**425.088**	**366.666**	**286.754**
Zusagezeitpunkt	1. Januar 2021	1. Januar 2020	1. Januar 2019	29. Juni 2018
Erdienungszeitraum	2021 bis 2024	2020 bis 2023	2019 bis 2022	2018 bis 2021

Die Bewertung der erwarteten Verpflichtungen aus den einzelnen Tranchen des PSP erfolgt zum jeweiligen beizulegenden Zeitwert. Diese werden anhand eines Optionspreismodells ermittelt.

Der auf das Geschäftsjahr 2021 entfallende Personalaufwand aus den ausgegebenen PSUs beträgt 3 Mio Euro (Vorjahr: 4 Mio Euro). Die kurzfristige sonstige Rückstellung beträgt zum 31. Dezember 2021 2 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) und die langfristige sonstige Rückstellung 10 Mio Euro (Vorjahr: 8 Mio Euro).

Die jeweilige Tranche des PSP wird nach Vorliegen des geprüften und gebilligten Konzernabschlusses für das letzte Geschäftsjahr des vierjährigen Performancezeitraums der betreffenden Tranche im Folgejahr ausbezahlt bzw. abgewickelt.

Der PSP löste im Geschäftsjahr 2018 den Group Share Plan (GSP) als langfristiges Vergütungsinstrument für die Mitglieder des Vorstands sowie ausgewählte Führungskräfte der ProSiebenSat.1 Group ab. Im Geschäftsjahr 2021 erfolgte die Schlusszahlung der letzten Tranche aus dem Geschäftsjahr 2017 in Höhe von 3 Mio Euro.

SONSTIGE ANTEILS- UND LEISTUNGSBASIERTE VERGÜTUNGSMODELLE

Segment Entertainment

Im Segment Entertainment bestehen weitere leistungsbasierte, langfristige Vergütungspläne für ausgewählte Geschäftsführer:innen von Gesellschaften der Red Arrow Studios.

Diese werden im Regelfall in bar abgegolten, wobei die Auszahlungshöhe von während des Erdienungszeitraums erzielten finanziellen Kennzahlen der entsprechenden Gesellschaft abhängt. Die Ermittlung der Verpflichtungshöhe erfolgt auf Basis der verabschiedeten Unternehmensplanung des Managements der ProSiebenSat.1 Group. Keiner dieser Pläne entfaltet für sich genommen eine wesentliche Auswirkung auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der für die Pläne erfasste Personalaufwand im Geschäftsjahr 2021 beträgt 23 Mio Euro (Vorjahr: 6 Mio Euro). Der zum Abschlussstichtag in den langfristigen sonstigen Rückstellungen erfasste Verpflichtungsbetrag beläuft sich auf 30 Mio Euro (Vorjahr: 5 Mio Euro).

Segment Dating & Video

Der Konzern unterhält im Segment Dating & Video anteilsbasierte, langfristige Vergütungsinstrumente für Geschäftsführer:innen und bestimmte Führungskräfte der ParshipMeet Group.

Ein anteilsbasiertes, langfristiges Vergütungsinstrument gewährt den Planteilnehmer:innern ein Anrecht auf Gesellschaftsanteile mit Barausgleichsoption (ESOP). Dabei erhalten die Planteilnehmer:innen das Recht, eine bestimmte Anzahl von Anteilen an der ParshipMeet Group ohne Gegenleistung zu erwerben. Im Gegenzug hat der Konzern das Recht, diese Anteile wiederum von den jeweiligen Planteilnehmer:innen zum Marktpreis der Anteile zum Zeitpunkt des Rückerwerbs zurückzukaufen. Die Anteile werden planmäßig bis zum Ende des vierjährigen Erdienungszeitraums linear über den Zeitraum erdient bzw. bei einem vor Laufzeitende eintretenden Exit-Event vorzeitig vollständig ausgezahlt. Darüber hinaus sehen die Planbedingungen unter bestimmten Voraussetzungen und auf Wunsch der Planteilnehmer:innen die vorzeitige Auszahlung von bereits erdienten Teilbeträgen vor.

Zudem unterhält die ParshipMeet Group weitere, virtuelle anteilsbasierte, langfristige Beteiligungsprogramme (VESOPs). Die Pläne gewähren ein Recht auf Beteiligung an der Wertsteigerung der ParshipMeet Group mit Barausgleich. Sie haben Laufzeiten von drei bis vier Jahren und werden bei Eintritt eines Exit-Events vorzeitig fällig. Zum Abschlussstichtag ging der Vorstand davon aus, dass es zu einem Exit-Event in naher Zukunft kommen wird. Für die Pläne gelten unterschiedliche Ausübungspreise und individuelle Auszahlungsobergrenzen.

Der beizulegende Zeitwert der Bezugsrechte wird zum Berichtszeitpunkt unter Verwendung eines Black-Scholes-Optionspreismodells ermittelt und beruht auf der aktuellen Unternehmensplanung des Managements der ProSiebenSat.1 Group. Die wichtigsten Eingangsgrößen für die Bewertung des beizulegenden Zeitwerts zum 31. Dezember 2021 sind der über ein DCF-Verfahren ermittelte Marktwert der ParshipMeet Group, eine Volatilität von 51,5 Prozent (Vorjahr: 51,0 %) und ein risikoloser Zinssatz von minus 0,8 Prozent (Vorjahr: -0,8 %). Die Volatilität wurde unter Anwendung einer Standard-Peer-Group ermittelt.

Die für diese Pläne zum 31. Dezember 2021 in Summe erfassten Beträge belaufen sich in den kurzfristigen sonstigen Rückstellungen auf 11 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) und in den langfristigen sonstigen Rückstellungen auf 2 Mio Euro (Vorjahr: 9 Mio Euro). Der erfasste Personalaufwand beträgt 7 Mio Euro (Vorjahr: 8 Mio Euro). Aus den Plänen wurde im Geschäftsjahr 2021 ein Betrag in Höhe von 3 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) ausgezahlt.

Segment Commerce & Ventures

Im Segment Commerce & Ventures werden ebenfalls anteilsbasierte, langfristige Vergütungsinstrumente für Geschäftsführer:innen und bestimmte Führungskräfte von Konzernunternehmen geführt.

Diese langfristigen Vergütungspläne sind hauptsächlich in Barmitteln zu erfüllen, wobei sich die jeweilige Auszahlung anhand der relevanten Unternehmenswertsteigerung während des jeweiligen Erdienungszeitraums oder bei Vorliegen eines Exit-Events (beispielsweise eines Börsengangs oder Verkaufs der Anteile) bemisst. Die beizulegenden Zeitwerte der erdienten Vergütungsansprüche werden unter Anwendung eines Black-Scholes-Optionspreismodells ermittelt und beruhen auf der verabschiedeten Unternehmensplanung des Managements der ProSiebenSat.1 Group. Keiner dieser Pläne entfaltet für sich genommen eine wesentliche Auswirkung auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Die für diese Pläne zum 31. Dezember 2021 in Summe erfassten Beträge belaufen sich in den sonstigen langfristigen Rückstellungen auf 8 Mio Euro (Vorjahr: 9 Mio Euro). Im Personalaufwand führte die Anpassung der Rückstellungen insgesamt zu einem Ertrag von 1 Mio Euro (Vorjahr: Aufwand von 6 Mio Euro).

WESENTLICHE ANNAHMEN UND SCHÄTZUNGEN

Anteils- und leistungsbasierte Vergütungspläne mit Barausgleich sind zu jedem Stichtag neu zu bewerten. Die Bewertung beruht zu einem beträchtlichen Teil auf den im Rahmen der Unternehmensplanung prognostizierten Ergebnissen, die mit starken Schätzunsicherheiten behaftet sind und bei Änderungen der zugrundeliegenden Annahmen erheblich schwanken können. Die tatsächlich erzielten Ergebnisse können daher von den bei der Bewertung berücksichtigten Prognosen signifikant abweichen. Zudem hängt die Bewertung von Annahmen über den Eintritt bzw. den Eintrittszeitpunkt bestimmter Planbedingungen ab, wie zum Beispiel Exit-Events. Änderungen der Annahmen können erheblichen Einfluss auf die Höhe der angesetzten Verpflichtungen und den Verlauf der Aufwandserfassung haben.

36 / Beziehungen zu nahestehenden Personen und Unternehmen

Als nahestehende Personen und Unternehmen gelten für die ProSiebenSat.1 Group Personen und Unternehmen, welche die ProSiebenSat.1 Group beherrschen bzw. einen maßgeblichen Einfluss auf diese ausüben oder durch die ProSiebenSat.1 Group beherrscht bzw. maßgeblich beeinflusst werden.

Zum Abschlussstichtag wurden die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE sowie assoziierte Unternehmen bzw. Gemeinschaftsunternehmen der ProSiebenSat.1 Group als nahestehende Personen und Unternehmen definiert.

VORSTAND UND AUFSICHTSRAT

Die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats einschließlich ihrer Mitgliedschaften in anderen gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten und vergleichbaren Kontrollgremien sind in den Kapiteln „Mitglieder des Vorstands“ und „Mitglieder des Aufsichtsrats“ des Geschäftsberichts aufgeführt. Das Vergütungssystem für die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats wird im Vergütungsbericht näher erläutert.
→ Mitglieder des Vorstands → Mitglieder des Aufsichtsrats → Vergütungsbericht

Die Vergütung der Vorstandsmitglieder entspricht der Vergütung für die im Geschäftsjahr 2021 amtierenden Mitglieder des Vorstands. Im Geschäftsjahr 2020 enthält die Vorstandsvergütung sowohl die Vergütung der amtierenden Vorstandsmitglieder als auch die Vergütung der im Geschäftsjahr 2020 ausgeschiedenen Vorstandsmitglieder.

Die Vergütung der zum Ende des Geschäftsjahres amtierenden Vorstandsmitglieder beträgt im Berichtsjahr 8,7 Mio Euro (Vorjahr: 8,3 Mio Euro). In diesen Vergütungen sind variable Bestandteile in Höhe von 5,8 Mio Euro (Vorjahr: 4,9 Mio Euro) und Nebenleistungen in Höhe von 0,1 Mio Euro (Vorjahr: 0,1 Mio Euro) enthalten. Die variablen Vergütungen beinhalten einjährige und mehrjährige variable Vergütungen. Die Gesamtbezüge für ehemalige Vorstandsmitglieder betrugen im Geschäftsjahr 2021 in Summe 2,4 Mio Euro (Vorjahr: 9,5 Mio Euro).

Am Ende des Geschäftsjahres 2021 halten die Mitglieder des Vorstands im Rahmen des PSP insgesamt 482.126 PSUs (Vorjahr: 519.569 PSUs) sowie im Rahmen des GSP 0 PSUs (Vorjahr: 30.019 PSUs). Der Gesamtaufwand für aktienbasierte Vergütung beträgt im Berichtsjahr 2,0 Mio Euro (Vorjahr: 2,5 Mio Euro).

Für Pensionszusagen gegenüber Mitgliedern des Vorstands hat die ProSiebenSat.1 Media SE zum 31. Dezember 2021 insgesamt Pensionsrückstellungen in Höhe von 1,4 Mio Euro (Vorjahr: 4,4 Mio Euro) gebildet. Die Pensionsrückstellungen für frühere Vorstandsmitglieder betragen zum 31. Dezember 2021 30,4 Mio Euro (Vorjahr: 27,9 Mio Euro).

Der zum 31. Dezember 2021 aufgelaufene Anspruch auf Versorgungsleistungen beträgt für Vorstandsmitglieder insgesamt 1,5 Mio Euro (Vorjahr: 5,6 Mio Euro). Der aufgelaufene Anspruch auf Versorgungsleistungen für frühere Vorstandsmitglieder beträgt zum 31. Dezember 2021 11,3 Mio Euro (Vorjahr: 6,7 Mio Euro).

Die Leistungen an den Vorstand sind – bis auf den PSP und die Pensionsansprüche – kurzfristig fällig.

Die Gesamtvergütung der Aufsichtsratsmitglieder einschließlich des an sie gezahlten Sitzungsgelds betrug im Geschäftsjahr 2021 1,6 Mio Euro (Vorjahr: 1,6 Mio Euro).

Wie im Vorjahr fanden keine weiteren bedeutenden Geschäftsvorfälle zwischen der Gesellschaft und Mitgliedern des Vorstands und Aufsichtsrats statt.

ASSOZIIERTE UNTERNEHMEN UND GEMEINSCHAFTSUNTERNEHMEN

Die ProSiebenSat.1 Group unterhält mit einigen ihrer assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen Beziehungen im Rahmen der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit. Dabei kauft und verkauft die Gesellschaft Produkte und Dienstleistungen grundsätzlich zu Marktbedingungen.

UMFANG DER TRANSAKTIONEN MIT ASSOZIIERTEN UNTERNEHMEN UND GEMEINSCHAFTSUNTERNEHMEN
in Mio Euro

	2021 bzw. 31.12.2021			2020 bzw. 31.12.2020		
	Assoziierte Unternehmen	**Gemeinschaftsunternehmen**	**Summe**	Assoziierte Unternehmen	Gemeinschaftsunternehmen	Summe
Gewinn- und Verlustrechnung						
Umsätze aus erbrachten Lieferungen und Leistungen	110	51	161	104	41	145
Aufwendungen aus erhaltenen Lieferungen und Leistungen	25	34	59	27	5	32
Bilanz						
Forderungen	16	12	28	20	15	35
Verbindlichkeiten	17	7	24	5	6	11

37 / Honorare des Abschlussprüfers

Für Dienstleistungen des Abschlussprüfers Ernst & Young fielen folgende Honorare an:

in Mio Euro

	2021	2020
Abschlussprüfungsleistungen	3,3	3,2
Andere Bestätigungsleistungen	0,3	0,2
Gesamthonorar Abschlussprüfer	**3,6**	**3,4**

Die Angaben beziehen sich ausschließlich auf die rechtlich selbständige Einheit des bestellten Abschlussprüfers, die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Stuttgart.

Das Honorar für Abschlussprüfungsleistungen umfasst vor allem die Prüfung des Konzernabschlusses, die Prüfungen der Einzelabschlüsse der ProSiebenSat.1 Media SE und ihrer Tochterunternehmen sowie prüfungsintegrierte prüferische Durchsichten von Zwischenabschlüssen. Andere Bestätigungsleistungen beziehen sich im Wesentlichen auf Bestätigungsleistungen bezüglich der Nachhaltigkeitsberichterstattung und des Vergütungsberichts sowie Comfort Letter.

38 / Corporate Governance

Vorstand und Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE haben am 15. Dezember 2021 gemeinsam die nach § 161 AktG vorgeschriebene jährliche Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex abgegeben und der Öffentlichkeit auf der Internetseite der ProSiebenSat.1 Group dauerhaft zugänglich gemacht.

→ **www.prosiebensat1.com/investor-relations/corporate-governance/erklaerung-zur-unternehmensfuehrung**

39 / Aufstellung des Anteilsbesitzes der ProSiebenSat.1 Group gemäß § 313 Abs. 2 HGB

(Stand: 31. Dezember 2021)

Name Gesellschaft	Fußnote	Sitz	Anteil am Kapital (%)
ProSiebenSat.1 Media SE		Unterföhring	
VERBUNDENE UNTERNEHMEN			
Deutschland			
7Love Holding GmbH	[1]	Hamburg	96,93
Aboalarm GmbH		München	100,00
AdClear GmbH		Berlin	100,00
ADITION technologies GmbH		Düsseldorf	100,00
AdTech S8 GmbH		Unterföhring	100,00
Alpina Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Unterföhring KG	[2]	Mainz	0,00
be Around GmbH		Berlin	100,00
be Around Holding GmbH	[3]	Berlin	80,00
Blitz 21-956 GmbH		München	100,00
esome advertising technologies GmbH		Hamburg	100,00
eSports.com GSA GmbH		Unterföhring	100,00
Fem Media GmbH		Unterföhring	100,00
Flaconi Gesellschaftertreuhand GmbH		Berlin	100,00
Flaconi GmbH		Berlin	100,00
Flaconi Logistik GmbH & Co. KG		Berlin	100,00
Glomex GmbH	[4]	Unterföhring	100,00
Jochen Schweizer GmbH		München	100,00
Jochen Schweizer mydays Holding GmbH	[1]	München	89,90
JSMD Event GmbH		München	100,00
Kairion GmbH		Frankfurt am Main	100,00
LOVOO GmbH		Dresden	100,00
Marketplace GmbH		Berlin	100,00
marktguru Deutschland GmbH		München	90,00
Masterpiece Gaming GmbH	[4]	Norderstedt	100,00
MMP Event GmbH		Köln	100,00
mydays GmbH		München	100,00
NCG - NUCOM GROUP SE		Unterföhring	71,59
NCG Commerce GmbH		Unterföhring	100,00
P7S1 SBS Holding GmbH	[4]	Unterföhring	100,00
PARSHIP ELITE Service GmbH		Hamburg	100,00
Parship Group GmbH		Hamburg	100,00
ParshipMeet Holding GmbH		Hamburg	55,00
PE Digital GmbH		Hamburg	100,00
PEG Management GmbH & Co. KG	[5]	Unterföhring	30,30
ProSiebenSat.1 Achte Verwaltungsgesellschaft mbH	[4]	Unterföhring	100,00
ProSiebenSat.1 Digital Content GmbH		Unterföhring	100,00
ProSiebenSat.1 Digital Data GmbH	[4]	Unterföhring	100,00
ProSiebenSat.1 Einundzwanzigste Verwaltungsgesellschaft mbH	[4]	Unterföhring	100,00
ProSiebenSat.1 Entertainment Investment GmbH	[4]	Unterföhring	100,00
ProSiebenSat.1 Erste Verwaltungsgesellschaft mbH	[4]	Unterföhring	100,00
ProSiebenSat.1 Fünfzehnte Verwaltungsgesellschaft mbH	[4]	Unterföhring	100,00
ProSiebenSat.1 GP GmbH		Heidelberg	100,00
ProSiebenSat.1 GP II GmbH		Unterföhring	100,00
ProSiebenSat.1 Services GmbH		Unterföhring	100,00
ProSiebenSat.1 Tech Solutions GmbH	[4]	Unterföhring	100,00
ProSiebenSat.1 Warehouse GmbH		Unterföhring	100,00
Pyjama Pictures GmbH		Berlin	55,00
Red Arrow Studios GmbH	[4]	Unterföhring	100,00

(Stand: 31. Dezember 2021)

Name Gesellschaft	Fußnote	Sitz	Anteil am Kapital (%)
Red Arrow Studios International GmbH	[4]	Unterföhring	100,00
RedSeven Entertainment GmbH	[4]	Unterföhring	100,00
Regiondo GmbH		München	100,00
SAM Sports - Starwatch Artist Management GmbH		Hamburg	100,00
Sat.1 Norddeutschland GmbH	[4]	Hannover	100,00
Seven.One AdFactory GmbH	[4]	Unterföhring	100,00
Seven.One Entertainment Group GmbH		Unterföhring	100,00
Seven.One Media GmbH	[4]	Unterföhring	100,00
Seven.One Pay TV GmbH	[4]	Unterföhring	100,00
Seven.One Production GmbH	[4]	Unterföhring	100,00
Seven.One Sports GmbH		Unterföhring	100,00
SevenOne Capital (Holding) GmbH	[4]	Unterföhring	100,00
SevenPictures Film GmbH	[4]	Unterföhring	100,00
SevenVentures GmbH	[4]	Unterföhring	100,00
SilverTours GmbH		Köln	100,00
SMARTSTREAM.TV GmbH		München	91,00
Studio 71 GmbH		Berlin	100,00
Stylight GmbH		München	100,00
The ADEX GmbH		Berlin	100,00
THMMS Holding GmbH		Hamburg	100,00
TMG Holding Germany GmbH		Berlin	100,00
tv weiss-blau Rundfunkprogrammanbieter GmbH	[4]	Unterföhring	100,00
Verivox Finanzvergleich GmbH		Heidelberg	100,00
Verivox GmbH		Heidelberg	100,00
Verivox Holding GmbH		Unterföhring	100,00
Verivox Versicherungsvergleich GmbH		Heidelberg	100,00
Virtual Minds GmbH		Freiburg im Breisgau	100,00
VX Sales Solutions GmbH		Heidelberg	100,00
wetter.com GmbH	[4]	Konstanz	100,00
yieldlab GmbH		Hamburg	100,00
Armenien			
Marktguru LLC		Jerewan	100,00
Australien			
eHarmony Australia Pty Limited		Sydney	100,00
Dänemark			
Snowman Productions ApS		Kopenhagen	100,00
Israel			
July August Communications and Productions Ltd.		Tel Aviv	100,00
The Band´s Visit LP		Tel Aviv	55,00
Malta			
Masterpiece Gaming Limited		Valletta	100,00
Mexiko			
Quepasa.com de Mexico, S.A. de C.V.		Hermosillo	100,00
Niederlande			
P7S1 Broadcasting Holding I B.V.		Amsterdam	100,00
SNDC8 B.V.		Amsterdam	100,00
Österreich			
ATV Privat TV GmbH		Wien	100,00
ATV Privat TV GmbH & Co KG		Wien	100,00
ProSieben Austria GmbH		Wien	100,00
ProSiebenSat.1Puls 4 GmbH		Wien	100,00
Puls 4 TV GmbH		Wien	100,00
PULS 4 TV GmbH & Co KG		Wien	100,00
SAT.1 Privatrundfunk und Programmgesellschaft m.b.H.		Wien	75,50
SevenVentures Austria GmbH		Wien	100,00

(Stand: 31. Dezember 2021)

Name Gesellschaft	Fußnote	Sitz	Anteil am Kapital (%)
Visivo Consulting GmbH		Wien	63,78
Rumänien			
MyVideo Broadband S.R.L.		Bukarest	100,00
Regiondo Software S.R.L.		Sibiu	100,00
Schweden			
Snowman Productions AB		Stockholm	100,00
Snowman Scripted AB		Stockholm	100,00
Schweiz			
ADITION Schweiz GmbH in liquidazione		Locarno	100,00
Jochen Schweizer mydays CH AG in Liquidation		Zürich	100,00
Seven.One Entertainment Group Schweiz AG		Zürich	100,00
SevenVentures (Schweiz) AG		Zürich	100,00
Verivox Schweiz AG in Liquidation		Zürich	100,00
Serbien			
esome advertising technologies d.o.o. Beograd		Belgrad	100,00
Spanien			
SilverTours Technology S.L.		Alicante	100,00
Türkei			
Karga Seven Pictures Yapım Anonim Şirketi		Istanbul	100,00
Ukraine			
Glomex TOV		Kiew	100,00
Vereinigtes Königreich			
ADITION UK Limited	[1]	Cullompton	74,00
CPL Good Vibrations Limited		London	100,00
CPL Productions Limited		London	100,00
CPL RB Limited		London	100,00
CPL Tiny Beast Limited		London	100,00
eHarmony UK Limited		London	100,00
Endor (Vienna 2) Limited		London	100,00
Endor (Vienna) Limited		London	100,00
Endor Productions Limited		London	100,00
Glomex Limited		Birmingham	100,00
LHB Limited		London	100,00
P7S1 Broadcasting (UK) Limited		London	100,00
ProSiebenSat.1 Digital Content GP Limited		London	100,00
ProSiebenSat.1 Digital Content LP		London	99,15
Red Arrow Studios Limited		London	100,00
Spider Pictures Limited		London	100,00
Studio 71 UK Limited		London	100,00
Vereinigte Staaten von Amerika			
44 Blue Productions, LLC		Wilmington, DE	100,00
44 Blue Studios, LLC	[1]	Wilmington, DE	65,00
8383 Productions, LLC		Beverly Hills, CA	100,00
95 Ends LLC		New York, NY	100,00
ASM Inc.		Castle Rock, CO	100,00
Boxcar Studios, LLC		Los Angeles, CA	100,00
Brady 44, LLC		Los Angeles, CA	100,00
By Dint Productions, LLC		New York, NY	100,00
Champ 44 Music Publishing, LLC		Wilmington, DE	100,00
Code D TV, LLC		Wilmington, DE	100,00
Collected Labs LLC		Wilmington, DE	100,00
Collective Digital Studio GP, LLC		Wilmington, DE	100,00
Crow Magnon, LLC		Wilmington, DE	62,40
Delirium TV, LLC		Wilmington, DE	100,00
Digital Air LLC		Beverly Hills, CA	100,00

(Stand: 31. Dezember 2021)

Name Gesellschaft	Fußnote	Sitz	Anteil am Kapital (%)
Digital Atoms, LLC		Beverly Hills, CA	100,00
Digital Bytes, LLC		Beverly Hills, CA	100,00
Digital Cacophony, LLC		Beverly Hills, CA	100,00
Digital Demand LLC		Wilmington, DE	100,00
Digital Diffusion, LLC		Beverly Hills, CA	100,00
Digital Echo, LLC		Beverly Hills, CA	100,00
Digital Fire LLC		Beverly Hills, CA	100,00
Dogs Top Ten LLC		Castle Rock, CO	100,00
Dorsey Entertainment LLC		Castle Rock, CO	100,00
Dorsey Multimedia LLC		Castle Rock, CO	100,00
Dorsey Pictures, LLC	[1]	Dover, DE	84,00
Driving Force TV, LLC		Wilmington, DE	100,00
eHarmony, Inc.		Wilmington, DE	100,00
Fabrik Entertainment, LLC		Wilmington, DE	100,00
Fortitude Production Services, LLC		Dover, DE	100,00
Fourteenth Hour Productions, LLC		Beverly Hills, CA	100,00
GTG Production Services LLC		Los Angeles, CA	100,00
Half Yard Productions, LLC		Wilmington, DE	100,00
HI5 Inc.		Wilmington, DE	100,00
Ifwe Inc.		Wilmington, DE	100,00
Initech, LLC		Olympia, WA	100,00
Jot It Down Productions, LLC		Wilmington, DE	100,00
K OPS TV Louisiana, LLC		Baton Rouge, LA	100,00
Karga Seven Pictures, LLC		Los Angeles, CA	100,00
Keep it Down Music Publishing, LLC		Los Angeles, CA	100,00
Kenilworth Productions Inc.		Dover, DE	100,00
Kinetic Content Publishing LLC		Wilmington, DE	100,00
Kinetic Content, LLC		Wilmington, DE	100,00
Kinetic Operations LLC		Wilmington, DE	100,00
Kingdom TV Productions, LLC		Wilmington, DE	100,00
Kinpro LLC		Wilmington, DE	100,00
KinPro Music Publishing LLC		Wilmington, DE	100,00
Lacunae Productions LLC		New York, NY	100,00
Left/Right Holdings, LLC		Dover, DE	100,00
Left/Right, LLC		Dover, DE	100,00
Move Along Music Publishing, LLC		Los Angeles, CA	100,00
Moving Pieces TV, LLC		Wilmington, DE	100,00
Moving TV LLC		Wilmington, DE	100,00
NAR Pictures, LLC		Los Angeles, CA	100,00
New Kinetic, LLC	[2]	Wilmington, DE	48,46
New Picture Perfect, LLC		Wilmington, DE	100,00
Next of Kin TV, LLC		Los Angeles, CA	100,00
Node Productions, LLC		Beverly Hills, CA	100,00
Ovrture, LLC		Los Angeles, CA	100,00
Pacific View TV, LLC		Wilmington, DE	100,00
ParshipMeet US Holding Inc.		Wilmington, DE	100,00
Pave Network, LLC		Beverly Hills, CA	100,00
PBP, LLC		Baton Rouge, LA	100,00
Peripatetic Productions LLC		New York, NY	100,00
Prank Film, LLC		Beverly Hills, CA	100,00
Presidio Post, LLC		Los Angeles, CA	100,00
Production Connection LLC		Wilmington, DE	100,00
Ranger Media, LLC		Wilmington, DE	100,00
Red Arrow Studios International, Inc.		Wilmington, DE	100,00
Skout, LLC		Wilmington, DE	100,00

(Stand: 31. Dezember 2021)

Name Gesellschaft	Fußnote	Sitz	Anteil am Kapital (%)
Studio 71 (Canada), Inc.		Beverly Hills, CA	100,00
Studio 71, LP		Wilmington, DE	100,00
Stylight Inc.		Lewes, DE	100,00
The Fred Channel, LLC		Beverly Hills, CA	70,00
The Meet Group, Inc.		Wilmington, DE	100,00
The Weekly, LLC		New York, NY	100,00
Third Voice Productions, Inc.		Dover, DE	100,00
Three Tables Music LLC		Wilmington, DE	100,00
WDSP LLC		New York, NY	100,00
ASSOZIIERTE UNTERNEHMEN			
Deutschland			
AGF Videoforschung GmbH		Frankfurt am Main	16,66
BuzzBird Beteiligungsgesellschaft mbH		Berlin	42,92
Corint Media GmbH		Berlin	30,46
koakult GmbH		Berlin	33,33
Sportority Germany GmbH		München	40,00
SPREE Interactive GmbH		Nürnberg	19,55
Urban Sports GmbH		Berlin	16,08
Kanada			
Mad Rabbit Productions, Inc.		Toronto	25,00
Schweiz			
Goldbach Audience (Switzerland) AG		Küsnacht (ZH)	24,95
Goldbach Media (Switzerland) AG		Küsnacht (ZH)	22,96
Swiss Radioworld AG		Küsnacht (ZH)	22,96
Vereinigtes Königreich			
Cove Pictures Limited		London	25,00
Vereinigte Staaten von Amerika			
Remagine Media Ventures, L.P.		Wilmington, DE	30,50
GEMEINSCHAFTSUNTERNEHMEN			
Deutschland			
d-force GmbH		Freiburg im Breisgau	50,00
Joyn GmbH		München	50,00
Vereinigtes Königreich			
European Broadcaster Exchange (EBX) Limited		London	25,00
Nit Television Limited		London	50,01

Name Gesellschaft	Fußnote	Sitz	Anteil am Kapital (%)	Währung	Eigenkapital in Tausend	Jahresergebnis in Tausend
SONSTIGE WESENTLICHE BETEILIGUNGEN						
Deutschland						
tink GmbH	[6]	Berlin	16,23	EUR	495	−8.254
Kaimaninseln						
Minute Media Inc. (vormals: Sportority Limited)	[6]	Grand Cayman	3,52	USD	—	—
Luxemburg						
FRIDAY Insurance S.A.	[6]	Bartringen	12,59	EUR	82.931	−35.680

[1] Aufgrund von Optionsrechten im Berichtsjahr wird mit einer Anteilsquote von 100 % konsolidiert.
[2] Beherrschender Einfluss aufgrund vertraglicher Vereinbarungen zur Lenkung der maßgeblichen Tätigkeiten.
[3] Aufgrund von Optionsrechten im Berichtsjahr wird mit einer Anteilsquote von 90 % konsolidiert.
[4] Die Gesellschaft erfüllt die Bedingungen des § 264 Abs. 3 HGB und nimmt die Möglichkeit zur Befreiung von bestimmten Vorschriften über die Aufstellung, Prüfung und Offenlegung des Jahresabschlusses bzw. des Lageberichts in Anspruch.
[5] Ein Tochterunternehmen der ProSiebenSat.1 Media SE ist persönlich haftender Gesellschafter dieser Gesellschaft.
[6] Werte gemäß letztem verfügbaren Jahresabschluss (nach lokalen Rechnungslegungsvorschriften), sofern veröffentlicht.

INFORMATIONEN

ERLÄUTERUNGEN ZUM BERICHT

Der vorliegende Geschäftsbericht 2021 bietet eine umfassende Darstellung der Unternehmensleistung der ProSiebenSat.1 Group auf Basis finanzieller und nichtfinanzieller Informationen im Geschäftsjahr 2021. Der Berichtszeitraum umfasst das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2021.

INHALT UND FORM DES KONZERNLAGEBERICHTS

Der Geschäftsbericht 2021 enthält den Konzernlagebericht der ProSiebenSat.1 Group. Die Übernahmerechtlichen Angaben gemäß § 315a Satz 1 HGB befinden sich im Abschnitt „An unsere Aktionäre" dieses Geschäftsberichts; sie sind ebenfalls Bestandteil des geprüften Konzernlageberichts. Der Vergütungsbericht beschreibt die Grundzüge des Vergütungssystems von Vorstand und Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE für das Geschäftsjahr 2021. Er ist im Abschnitt „An unsere Aktionäre" dieses Geschäftsberichts verortet.

FOLGENDE SYMBOLE WEISEN AUF WICHTIGE INFORMATIONEN HIN

→ Es finden sich weiterführende Informationen online oder auf einer anderen Seite im Geschäftsbericht.

▼▲ Die Inhalte des Nichtfinanziellen Berichts sind durch ein rotes Dreieck am Anfang und am Ende der jeweiligen Textpassage gekennzeichnet.

Der im Rahmen des Geschäftsberichts 2021 veröffentlichte Nachhaltigkeitsbericht der ProSiebenSat.1 Group wurde in Übereinstimmung mit den Standards der Global Reporting Initiative (GRI): Option „Kern" erstellt. Die verwendeten Standards beziehen sich auf die von der GRI im Jahr 2016 veröffentlichten Version. Die Verweise auf den Geschäftsbericht beziehen sich immer auf den Anfang des jeweiligen Kapitels, in dem Informationen zu den entsprechenden Standardangaben zu finden sind. Gleichzeitig bietet der GRI-Inhaltsindex Informationen, wie die ProSiebenSat.1 Group zu den UN Sustainable Development Goals (SDGs) beiträgt. SDGs, die wir im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie als besonders relevant erachten, sind gefettet. Der vollständige GRI-Inhaltsindex kann online eingesehen werden unter
→ **https://geschaeftsbericht2021.prosiebensat1.com/geschaeftsverlauf-2021/gri-inhaltsindex.html**

VORAUSSCHAUENDE AUSSAGEN ZUR KÜNFTIGEN VERMÖGENS-, FINANZ- UND ERTRAGSLAGE

Unsere Prognosen basieren auf aktuellen Einschätzungen zukünftiger Entwicklungen. Wir stützen uns dabei auf unsere Budgetplanung sowie umfassende Markt- und Wettbewerbsanalysen. Die prognostizierten Werte werden in Übereinstimmung mit den im Konzernabschluss angewendeten Rechnungslegungsgrundsätzen und in Konsistenz mit den im Konzernlagebericht beschriebenen Bereinigungen ermittelt. Prognosen sind naturgemäß jedoch mit gewissen Unsicherheiten verbunden, die zu positiven oder negativen Planabweichungen führen können. Sollten Unwägbarkeiten eintreten oder die den vorausschauenden Aussagen zugrundeliegenden Prämissen nicht weiter zutreffen, könnten die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den getroffenen Aussagen oder implizit zum Ausdruck gebrachten Ergebnissen abweichen.

Entwicklungen, die diese Prognose belasten könnten, sind zum Beispiel eine geringere Konjunkturdynamik als zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts erwartet. Diese und weitere Faktoren werden ausführlich im Risiko- und Chancenbericht erläutert. Dort berichten wir auch über zusätzliche Wachstumspotenziale; Chancen, die wir bislang nicht bzw. nicht vollumfänglich budgetiert haben, könnten sich etwa aus unternehmensstrategischen Entscheidungen ergeben. Risikopotenziale werden systematisch und regelmäßig im Rahmen des konzernweiten Risikomanagementprozesses erfasst.

RUNDUNGEN VON ZAHLENANGABEN

Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass sich Zahlen gegebenenfalls nicht exakt zu den angegebenen Summen addieren und dass dargestellte Prozentangaben nicht genau die absoluten Zahlen widerspiegeln, auf die sie sich beziehen.

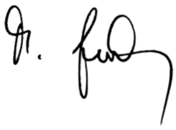
VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER

Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Konzernabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns beschrieben sind.

Unterföhring, den 1. März 2022



Rainer Beaujean
Vorstandsvorsitzender (Group CEO)



Ralf Peter Gierig
Vorstandsmitglied & Finanzvorstand (Group CFO)



Wolfgang Link
Vorstandsmitglied (verantwortlich für Entertainment)



Christine Scheffler
Vorstandsmitglied (verantwortlich für HR, Compliance & Sustainability)

BESTÄTIGUNGSVERMERK DES UNABHÄNGIGEN ABSCHLUSSPRÜFERS

An die ProSiebenSat.1 Media SE

VERMERK ÜBER DIE PRÜFUNG DES KONZERNABSCHLUSSES UND DES KONZERNLAGEBERICHTS

PRÜFUNGSURTEILE

Wir haben den Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE, Unterföhring, und ihrer Tochtergesellschaften (der Konzern) – bestehend aus der Konzern-Bilanz zum 31. Dezember 2021, der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung, der Konzern-Gesamtergebnisrechnung, der Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung und der Konzern-Kapitalflussrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2021 bis zum 31. Dezember 2021 sowie den Konzernanhang, einschließlich einer Zusammenfassung bedeutsamer Rechnungslegungsmethoden – , geprüft. Darüber hinaus haben wir den Konzernlagebericht der ProSiebenSat.1 Media SE vom 1. Januar 2021 bis zum 31. Dezember 2021 geprüft. Die auf der im Konzernlagebericht angegebenen Internetseite veröffentlichte Konzernerklärung zur Unternehmensführung nach § 315d HGB, die Bestandteil des Lageberichts ist, haben wir in Einklang mit den deutschen gesetzlichen Vorschriften nicht inhaltlich geprüft.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse

– entspricht der beigefügte Konzernabschluss in allen wesentlichen Belangen den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315e Abs. 1 HGB anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens- und Finanzlage des Konzerns zum 31. Dezember 2021 sowie der Ertragslage für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2021 bis zum 31. Dezember 2021 und

– vermittelt der beigefügte Konzernlagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns. In allen wesentlichen Belangen steht dieser Konzernlagebericht in Einklang mit dem Konzernabschluss, entspricht den deutschen gesetzlichen Vorschriften und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar. Unser Prüfungsurteil zum Konzernlagebericht erstreckt sich nicht auf den Inhalt der oben genannten Konzernerklärung zur Unternehmensführung.

Gemäß § 322 Abs. 3 Satz 1 HGB erklären wir, dass unsere Prüfung zu keinen Einwendungen gegen die Ordnungsmäßigkeit des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts geführt hat.

Grundlage für die Prüfungsurteile

Wir haben unsere Prüfung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts in Übereinstimmung mit § 317 HGB und der EU-Abschlussprüferverordnung (Nr. 537/2014; im Folgenden „EU-APrVO") unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführt. Unsere Verantwortung nach diesen Vorschriften und Grundsätzen ist im Abschnitt „Verantwortung des Abschlussprüfers

für die Prüfung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts“ unseres Bestätigungsvermerks weitergehend beschrieben. Wir sind von den Konzernunternehmen unabhängig in Übereinstimmung mit den europarechtlichen sowie den deutschen handelsrechtlichen und berufsrechtlichen Vorschriften und haben unsere sonstigen deutschen Berufspflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt. Darüber hinaus erklären wir gemäß Artikel 10 Abs. 2 Buchst. f) EU-APrVO, dass wir keine verbotenen Nichtprüfungsleistungen nach Artikel 5 Abs. 1 EU-APrVO erbracht haben. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zum Konzernabschluss und zum Konzernlagebericht zu dienen.

Besonders wichtige Prüfungssachverhalte in der Prüfung des Konzernabschlusses

Besonders wichtige Prüfungssachverhalte sind solche Sachverhalte, die nach unserem pflichtgemäßen Ermessen am bedeutsamsten in unserer Prüfung des Konzernabschlusses für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2021 bis zum 31. Dezember 2021 waren. Diese Sachverhalte wurden im Zusammenhang mit unserer Prüfung des Konzernabschlusses als Ganzem und bei der Bildung unseres Prüfungsurteils berücksichtigt; wir geben kein gesondertes Prüfungsurteil zu diesen Sachverhalten ab.

Nachfolgend beschreiben wir die aus unserer Sicht besonders wichtigen Prüfungssachverhalte:

[1] WERTHALTIGKEITSTEST FÜR GESCHÄFTS- ODER FIRMENWERTE

Gründe für die Bestimmung als besonders wichtiger Prüfungssachverhalt

Die Geschäfts- oder Firmenwerte werden jährlich zum 31. Dezember des jeweiligen Geschäftsjahres sowie anlassbezogen von den gesetzlichen Vertretern der ProSiebenSat.1 Media SE einem Werthaltigkeitstest unterzogen, um einen möglichen Abschreibungsbedarf zu ermitteln. Das Ergebnis dieser Bewertungen ist in hohem Maße davon abhängig, wie die gesetzlichen Vertreter die künftigen Zahlungsmittelzuflüsse einschätzen und die jeweils verwendeten Diskontierungszinssätze ableiten.

Vor dem Hintergrund der der Bewertung zugrundeliegenden Komplexität aufgrund der durch die gesetzlichen Vertreter zu treffenden Annahmen und Ermessenspielräume war der Werthaltigkeitstest für Geschäfts- oder Firmenwerte im Rahmen unserer Prüfung einer der bedeutsamsten Sachverhalte. Zu den Annahmen und Ermessenspielräumen zählen unter anderem die erwartete Geschäfts- und Ergebnisentwicklung der zahlungsmittel-generierenden Einheiten für die nächsten fünf Jahre, die verwendete langfristige Wachstumsrate und der verwendete Diskontierungszinssatz.

Prüferisches Vorgehen

Im Rahmen unserer Prüfungshandlungen haben wir den von den gesetzlichen Vertretern der ProSiebenSat.1 Media SE implementierten Prozess sowie die Bilanzierungs- und Bewertungsvorgaben zur Ermittlung der erzielbaren Beträge von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten bzw. Gruppen von solchen Einheiten, denen Geschäfts- oder Firmenwerte zugeordnet wurden, auf mögliche Fehlerrisiken analysiert und uns ein Verständnis über die Prozessschritte verschafft.

Wir haben die dem Bewertungsverfahren zugrunde gelegten Unternehmensplanungen durch einen Vergleich mit den in der Vergangenheit tatsächlich erzielten Ergebnissen und aktuellen Entwicklungen der Geschäftszahlen analysiert, auch unter Berücksichtigung möglicher Folgewirkungen aus der Covid-19 Pandemie. In die Analyse haben wir auch die prognostizierte Marktentwicklung vergleichbarer Unternehmen einbezogen. Bei der Würdigung der zugrunde liegenden Planungsrechnungen haben wir die erwartete Geschäfts- und Ergebnisentwicklung mit

den Planungsverantwortlichen erörtert und mit den vom Vorstand erstellten und vom Aufsichtsrat genehmigten Unternehmensplanungen und der aktuellen Geschäftsentwicklung verglichen.

Unter Einbeziehung unserer internen Bewertungsspezialisten aus dem Bereich Strategy and Transactions haben wir das Bewertungsmodell und die sonstigen wesentlichen Bewertungsannahmen, wie beispielsweise den Diskontierungszinssatz und die Wachstumsrate, auf Basis einer Analyse der allgemeinen Marktindikatoren beurteilt. Die Ableitung des risikoadjustierten Kapitalisierungszinssatzes haben wir gewürdigt, in dem wir insbesondere Vergleichsunternehmen hinterfragt, die Marktdaten mit externen Nachweisen abgeglichen und die rechnerische Richtigkeit überprüft haben.

Um ein mögliches Wertminderungsrisiko zu erkennen, haben wir mit Hilfe von eigenen Sensitivitätsanalysen die Ergebnisse des Werthaltigkeitstest darüber hinaus daraufhin untersucht, welche Veränderungen in bestimmten Bewertungsparametern zu einem abweichenden Urteil hinsichtlich Wertminderungsbedarf auf Ebene der zahlungsmittelgenerierenden Einheit führen würden. Dabei wurden sowohl exogene als auch endogene Veränderungen der Planungsannahmen in den verschiedenen Szenarien betrachtet.

Ergänzend haben wir die Angaben im Konzernanhang zu den wesentlichen Ermessensentscheidungen und Schätzungen sowie zu den wesentlichen Annahmen bei der Überprüfung der Werthaltigkeit der Geschäfts- oder Firmenwerte im Hinblick auf die Anforderungen der Vorschriften nach IAS 1 und IAS 36 gewürdigt.

Aus unseren Prüfungshandlungen haben sich hinsichtlich des Werthaltigkeitstests für Geschäfts- oder Firmenwerte keine Einwendungen ergeben.

Verweis auf zugehörige Angaben

Zu den bezüglich der Geschäfts- oder Firmenwerte angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsgrundlagen verweisen wir auf die Angabe im Konzernanhang im Abschnitt (2) „Bilanzierungsgrundsätze“, unter Kapitel (E) „Ansatz und Bewertung“ der Abschnitt zu „Wertminderung sonstiger nicht-finanzieller Vermögenswerte“. Für die damit in Zusammenhang stehenden Angaben zu Ermessensausübungen der gesetzlichen Vertreter und zu Quellen von Schätzungsunsicherheit sowie zu den Angaben zum Geschäfts- oder Firmenwert verweisen wir auf die Ausführungen im Abschnitt (17) „Geschäfts- oder Firmenwerte“. Dort sind auch Angaben zur Sensitivität der Bewertungsergebnisse enthalten.

[2] UMSATZREALISIERUNG

Gründe für die Bestimmung als besonders wichtiger Prüfungssachverhalt

Die Umsatzerlöse stellen für den Konzern einen bedeutsamen finanziellen Leistungsindikator dar und unterliegen in den einzelnen Segmenten vielfältigen Geschäftsmodellen. In den Segmenten Entertainment, Dating & Video und Commerce & Ventures besteht hierbei insbesondere für die Existenz sowie die zeitgerechte Realisierung der Umsatzerlöse ein Risiko wesentlicher falscher Darstellung. Im Segment Entertainment besteht bei den Werbeumsätzen ein Risiko, insbesondere in der Übertragung und Verarbeitung von Kampagnendaten aus den Vorsystemen. Zudem werden die Umsatzerlöse aus Programmproduktionen zu einem erheblichen Teil über einen bestimmten Zeitraum realisiert. Hierbei haben die Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter, beispielsweise in Bezug auf die erwarteten Gesamtkosten oder den Leistungsfortschritt, einen erheblichen Einfluss auf die Realisierung und Bewertung der Umsatzerlöse. In dem Segment Commerce & Ventures liegen bei der Bemessung der Umsatzerlöse, insbesondere aufgrund von Storno- oder Rückgaberechten, Schätzunsicherheiten vor.

Vor dem Hintergrund der Bedeutung und der Komplexität der Umsatzerlöse erachten wir die Umsatzrealisierung als besonders wichtigen Prüfungssachverhalt.

Prüferisches Vorgehen

Im Rahmen unserer Prüfungshandlungen haben wir die im Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsvorgaben für die Realisierung von Umsatzerlösen anhand der in IFRS 15 definierten Kriterien gewürdigt.

Die Existenz der Umsatzerlöse haben wir für wesentliche, in den Konzernabschluss einbezogene Unternehmen unter anderem durch eine Korrelation mit den zugehörigen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie hiermit im Zusammenhang stehenden Zahlungseingängen untersucht und festgestellte Abweichungen analysiert.

Um das Bestehen der Werbeumsätze zu beurteilen, haben wir im Segment Entertainment insbesondere Applikationskontrollen und Schnittstellen des ERP-Systems mit Werbeleistungen erfassenden Vorsystemen getestet. Zudem haben wir auf Basis von Stichproben die Umsatzrealisierung für einzelne Werbekampagnen anhand der entsprechenden Verträge nachvollzogen. Bei den Programmproduktionen haben wir die erwarteten Gesamtkosten in Stichproben anhand der Budgetplanung pro Auftragsproduktion beurteilt sowie den Gesamtauftragswert zu den geschlossenen Verträgen abgestimmt. Die bis zum Stichtag angefallenen Aufwendungen haben wir in Stichproben anhand der Eingangsrechnungen und Stundenaufstellungen nachvollzogen und deren Zuordnung zu den jeweiligen Auftragsproduktionen analysiert. Zusätzlich haben wir die nach IFRS 15 erfasste zeitraumbezogene Umsatzrealisierung von Aufträgen auf Basis des Leistungsfortschritts rechnerisch nachvollzogen. Wir haben die in den ausgewiesenen Umsatzerlösen enthaltenen Aufträge unter anderem daraufhin analysiert, ob die geplante und realisierte Marge aus den Verträgen sich mit unserer Erwartungshaltung an den Verlauf des einzelnen Projektes deckt. Hierzu haben wir auch die Entwicklung vergleichbarer Projekte herangezogen.

In dem Segment Commerce & Ventures haben wir die Annahmen der gesetzlichen Vertreter für die zugrunde gelegten Storno– und Rückgabequoten auf Basis historischer Erfahrungswerte analysiert.

Aus unseren Prüfungshandlungen haben sich hinsichtlich der Umsatzrealisierung keine Einwendungen ergeben.

Verweis auf zugehörige Angaben

Die Angaben bezüglich der Bilanzierungs- und Bewertungsgrundlagen von Umsatzerlösen sind im Konzernanhang in Abschnitt (2) „Bilanzierungsgrundsätze“ unter dem Kapitel (E) „Ansatz und Bewertung“ im Abschnitt „Umsatzerlöse“ enthalten. Die Ausführungen zur Zusammensetzung der Umsatzerlöse finden sich im Konzernanhang in Abschnitt (6) „Umsatzerlöse".

[3] WERTHALTIGKEIT DES BESTEHENDEN PROGRAMMVERMÖGENS

Gründe für die Bestimmung als besonders wichtiger Prüfungssachverhalt

Aufgrund der erheblichen Bedeutung für den Konzern wird das grundsätzlich den sonstigen immateriellen Vermögenswerten zuzurechnende Programmvermögen als separater Posten in der Bilanz dargestellt.

Sowohl bei der Untersuchung der einzelnen Programmtitel als auch bei der Untersuchung der Programmgruppen auf Anhaltspunkte für das Vorliegen einer Wertminderung haben die gesetzlichen Vertreter wesentliche Ermessensspielräume bezüglich der Planung des künftigen Einsatzes des Programmvermögens und der Einschätzung dessen Erlöspotentials. Anhaltspunkte liegen beispielsweise vor, wenn die Ausstrahlung eines Programmtitels oder einer Gruppe von Programmtiteln aufgrund mangelnder Vermarktbarkeit oder einer strategischen Neuausrichtung des Programminhalts nicht mehr wahrscheinlich ist. Es besteht daher insgesamt das Risiko für den Konzernabschluss, dass Wertminderungen des Programmvermögens nicht in ausreichender Höhe erfasst werden. Wir erachten das Programmvermögen aufgrund seiner strategischen und

wertmäßigen Relevanz sowie aufgrund dem bei der Bewertung anzuwendenden Ermessen als besonders wichtigen Prüfungssachverhalt.

Prüferisches Vorgehen

Im Rahmen unserer Prüfungshandlungen haben wir die Einschätzung der gesetzlichen Vertreter der ProSiebenSat.1 Media SE bezüglich des Vorliegens von Anhaltspunkten, die auf eine eingeschränkte künftige Verwendung hindeuten, mit den Verantwortlichen erörtert. Zudem haben wir eigene analytische Auswertungen bezogen auf die Anzahl der verfügbaren Ausstrahlungen vor dem Hintergrund der Lizenzlaufzeiten der Programmtitel und deren letztem Ausstrahlungsdatum vorgenommen, um Hinweise auf eine möglicherweise geminderte Einsatzfähigkeit der im Bestand befindlichen Programmtitel zu erhalten.

Ebenfalls haben wir die von den gesetzlichen Vertretern der ProSiebenSat.1 Media SE durchgeführte Werthaltigkeitsbeurteilung auf Ebene der Programmgruppen sowie deren Abgrenzung überprüft. Hierzu haben wir die erwarteten Nettoeinzahlungen nachgerechnet und die zugrundeliegenden Annahmen mit den Programmvermögenverantwortlichen erörtert und mit der aktuellen Ergebnis- und Marktentwicklung verglichen.

Aus unseren Prüfungshandlungen haben sich hinsichtlich der Werthaltigkeit des Programmvermögens keine Einwendungen ergeben.

Verweis auf zugehörige Angaben

Die Angaben bezüglich der Bilanzierungs- und Bewertungsgrundlagen von Programmvermögen sind im Konzernanhang in Abschnitt (2) „Bilanzierungsgrundsätze“ unter dem Kapitel (E) „Ansatz und Bewertung“ im Abschnitt „Programmvermögen“ enthalten. Für die damit in Zusammenhang stehenden Angaben zu den zugrunde gelegten Annahmen und Schätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Informationen zur Wertentwicklung des Programmvermögens sind im Abschnitt (18) „Programmvermögen“ im Konzernanhang beschrieben.

SONSTIGE INFORMATIONEN

Der Aufsichtsrat ist für den Bericht des Aufsichtsrates verantwortlich. Für die Erklärung nach § 161 AktG zum Deutschen Corporate Governance Kodex, die Bestandteil der Konzernerklärung zur Unternehmensführung ist, sowie für den Vergütungsbericht nach § 162 AktG sind die gesetzlichen Vertreter und der Aufsichtsrat verantwortlich. Im Übrigen sind die gesetzlichen Vertreter für die sonstigen Informationen verantwortlich. Die sonstigen Informationen umfassen die oben genannte Konzernerklärung zur Unternehmensführung. Ferner umfassen die sonstigen Informationen weitere für den Geschäftsbericht vorgesehene Bestandteile, von denen wir eine Fassung bis zur Erteilung dieses Bestätigungsvermerks erlangt haben, insbesondere:

- die Versicherung des gesetzlichen Vertreter gemäß § 297 Abs. 2 Satz 4 HGB,
- den Bericht des Aufsichtsrates nach § 171 Abs. 2 AktG,
- den Vergütungsbericht,
- den nichtfinanziellen Konzernbericht,
- den Nachhaltigkeitsbericht,
- sowie die Abschnitte „Unser Vorstand“, „Unsere Strategie“, „Mitglieder des Aufsichtsrats“, „Mitglieder des Vorstands“, „ProSiebenSat.1 Media SE Aktie“, „Erläuterungen zum Bericht“, „Kennzahlen: Mehrjahresübersicht Konzern“, „Kennzahlen: Mehrjahresübersicht Segmente“ und „Finanzkalender“,

aber nicht den Konzernabschluss, nicht die in die inhaltliche Prüfung einbezogenen Konzernlageberichtsangaben und nicht unseren dazugehörigen Bestätigungsvermerk.

Unsere Prüfungsurteile zum Konzernabschluss und Konzernlagebericht erstrecken sich nicht auf die sonstigen Informationen, und dementsprechend geben wir weder ein Prüfungsurteil noch irgendeine andere Form von Prüfungsschlussfolgerung hierzu ab.

Im Zusammenhang mit unserer Prüfung haben wir die Verantwortung, die sonstigen Informationen zu lesen und dabei zu würdigen, ob die sonstigen Informationen

- wesentliche Unstimmigkeiten zum Konzernjahresabschluss, Konzernlagebericht oder unseren bei der Prüfung erlangten Kenntnissen aufweisen oder
- anderweitig wesentlich falsch dargestellt erscheinen.

VERANTWORTUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER UND DES AUFSICHTSRATS FÜR DEN KONZERNABSCHLUSS UND DEN KONZERNLAGEBERICHT

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter und des Aufsichtsrats für den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht

Die gesetzlichen Vertreter sind verantwortlich für die Aufstellung des Konzernabschlusses, der den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315e Abs. 1 HGB anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften in allen wesentlichen Belangen entspricht, und dafür, dass der Konzernabschluss unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung eines Konzernabschlusses zu ermöglichen, der frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Darstellungen ist.

Bei der Aufstellung des Konzernabschlusses sind die gesetzlichen Vertreter dafür verantwortlich, die Fähigkeit des Konzerns zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu beurteilen. Des Weiteren haben sie die Verantwortung, Sachverhalte in Zusammenhang mit der Fortführung der Unternehmenstätigkeit, sofern einschlägig, anzugeben. Darüber hinaus sind sie dafür verantwortlich, auf der Grundlage des Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu bilanzieren, es sei denn, es besteht die Absicht den Konzern zu liquidieren oder der Einstellung des Geschäftsbetriebs oder es besteht keine realistische Alternative dazu.

Außerdem sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die Aufstellung des Konzernlageberichts, der insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Konzernabschluss in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die Vorkehrungen und Maßnahmen (Systeme), die sie als notwendig erachtet haben, um die Aufstellung eines Konzernlageberichts in Übereinstimmung mit den deutschen gesetzlichen Vorschriften zu ermöglichen, und um ausreichende geeignete Nachweise für die Aussagen im Konzernlagebericht erbringen zu können.

Der Aufsichtsrat ist verantwortlich für die Überwachung des Rechnungslegungsprozesses des Konzerns zur Aufstellung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts.

VERANTWORTUNG DES ABSCHLUSSPRÜFERS FÜR DIE PRÜFUNG DES KONZERNABSCHLUSSES UND DES KONZERNLAGEBERICHTS

Unsere Zielsetzung ist, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob der Konzern-abschluss als Ganzes frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Darstellungen ist, und ob der Konzernlagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Konzernabschluss sowie mit den bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnissen in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt, sowie einen Bestätigungsvermerk zu erteilen, der unsere Prüfungsurteile zum Konzernabschluss und zum Konzernlagebericht beinhaltet.

Hinreichende Sicherheit ist ein hohes Maß an Sicherheit, aber keine Garantie dafür, dass eine in Übereinstimmung mit § 317 HGB und der EU-APrVO unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführte Prüfung eine wesentliche falsche Darstellung stets aufdeckt. Falsche Darstellungen können aus Verstößen oder Unrichtigkeiten resultieren und werden als wesentlich angesehen, wenn vernünftigerweise erwartet werden könnte, dass sie einzeln oder insgesamt die auf der Grundlage dieses Konzernabschlusses und Konzernlageberichts getroffenen wirtschaftlichen Entscheidungen von Adressaten beeinflussen.

Während der Prüfung üben wir pflichtgemäßes Ermessen aus und bewahren eine kritische Grundhaltung. Darüber hinaus

– identifizieren und beurteilen wir die Risiken wesentlicher – beabsichtigter oder unbeabsichtigter – falscher Darstellungen im Konzernabschluss und im Konzernlagebericht, planen und führen Prüfungshandlungen als Reaktion auf diese Risiken durch sowie erlangen Prüfungsnachweise, die ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zu dienen. Das Risiko, dass wesentliche falsche Darstellungen nicht aufgedeckt werden, ist bei Verstößen höher als bei Unrichtigkeiten, da Verstöße betrügerisches Zusammenwirken, Fälschungen, beabsichtigte Unvollständigkeiten, irreführende Darstellungen bzw. das Außerkraftsetzen interner Kontrollen beinhalten können;

– gewinnen wir ein Verständnis von dem für die Prüfung des Konzernabschlusses relevanten internen Kontrollsystem und den für die Prüfung des Konzernlageberichts relevanten Vorkehrungen und Maßnahmen, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit dieser Systeme abzugeben;

– beurteilen wir die Angemessenheit der von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsmethoden sowie die Vertretbarkeit der von den gesetzlichen Vertretern dargestellten geschätzten Werte und damit zusammenhängenden Angaben;

– ziehen wir Schlussfolgerungen über die Angemessenheit des von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit sowie, auf der Grundlage der erlangten Prüfungsnachweise, ob eine wesentliche Unsicherheit im Zusammenhang mit Ereignissen oder Gegebenheiten besteht, die bedeutsame Zweifel an der Fähigkeit des Konzerns zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit aufwerfen können. Falls wir zu dem Schluss kommen, dass eine wesentliche Unsicherheit besteht, sind wir verpflichtet, im Bestätigungsvermerk auf die dazugehörigen Angaben im Konzernabschluss und im Konzernlagebericht aufmerksam zu machen oder, falls diese Angaben unangemessen sind, unser jeweiliges Prüfungsurteil zu modifizieren. Wir ziehen unsere Schlussfolgerungen auf der Grundlage der bis zum Datum unseres Bestätigungsvermerks erlangten Prüfungsnachweise. Zukünftige Ereignisse oder Gegebenheiten können jedoch dazu führen, dass der Konzern seine Unternehmenstätigkeit nicht mehr fortführen kann;

- beurteilen wir die Gesamtdarstellung, den Aufbau und den Inhalt des Konzernabschlusses einschließlich der Angaben sowie ob der Konzernabschluss die zugrunde liegenden Geschäftsvorfälle und Ereignisse so darstellt, dass der Konzernabschluss unter Beachtung der IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und der ergänzend nach § 315e Abs. 1 HGB anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt;

- holen wir ausreichende, geeignete Prüfungsnachweise für die Rechnungslegungsinformationen der Unternehmen oder Geschäftstätigkeiten innerhalb des Konzerns ein, um Prüfungsurteile zum Konzernabschluss und zum Konzernlagebericht abzugeben. Wir sind verantwortlich für die Anleitung, Überwachung und Durchführung der Konzernabschlussprüfung. Wir tragen die alleinige Verantwortung für unsere Prüfungsurteile;

- beurteilen wir den Einklang des Konzernlageberichts mit dem Konzernabschluss, seine Gesetzesentsprechung und das von ihm vermittelte Bild von der Lage des Konzerns;

- führen wir Prüfungshandlungen zu den von den gesetzlichen Vertretern dargestellten zukunftsorientierten Angaben im Konzernlagebericht durch. Auf Basis ausreichender geeigneter Prüfungsnachweise vollziehen wir dabei insbesondere die den zukunftsorientierten Angaben von den gesetzlichen Vertretern zugrunde gelegten bedeutsamen Annahmen nach und beurteilen die sachgerechte Ableitung der zukunftsorientierten Angaben aus diesen Annahmen. Ein eigenständiges Prüfungsurteil zu den zukunftsorientierten Angaben sowie zu den zugrunde liegenden Annahmen geben wir nicht ab. Es besteht ein erhebliches unvermeidbares Risiko, dass künftige Ereignisse wesentlich von den zukunftsorientierten Angaben abweichen.

Wir erörtern mit den für die Überwachung Verantwortlichen unter anderem den geplanten Umfang und die Zeitplanung der Prüfung sowie bedeutsame Prüfungsfeststellungen, einschließlich etwaiger Mängel im internen Kontrollsystem, die wir während unserer Prüfung feststellen.

Wir geben gegenüber den für die Überwachung Verantwortlichen eine Erklärung ab, dass wir die relevanten Unabhängigkeitsanforderungen eingehalten haben, und erörtern mit ihnen alle Beziehungen und sonstigen Sachverhalte, von denen vernünftigerweise angenommen werden kann, dass sie sich auf unsere Unabhängigkeit auswirken, und die hierzu getroffenen Schutzmaßnahmen.

Wir bestimmen von den Sachverhalten, die wir mit den für die Überwachung Verantwortlichen erörtert haben, diejenigen Sachverhalte, die in der Prüfung des Konzernabschlusses für den aktuellen Berichtszeitraum am bedeutsamsten waren und daher die besonders wichtigen Prüfungssachverhalte sind. Wir beschreiben diese Sachverhalte im Bestätigungsvermerk, es sei denn, Gesetze oder andere Rechtsvorschriften schließen die öffentliche Angabe des Sachverhalts aus.

SONSTIGE GESETZLICHE UND ANDERE RECHTLICHE ANFORDERUNGEN

VERMERK ÜBER DIE PRÜFUNG DER FÜR ZWECKE DER OFFENLEGUNG ERSTELLTEN ELEKTRONISCHEN WIEDERGABEN DES KONZERNABSCHLUSSES UND DES KONZERNLAGEBERICHTS NACH § 317 ABS. 3B HGB

Prüfungsurteil

Wir haben gemäß § 317 Abs. 3a HGB eine Prüfung mit hinreichender Sicherheit durchgeführt, ob die in der Datei ProSiebenSat.1_Media_SE_KA+KLB_ ESEF-2021-12-31.zip (SHA-256-Prüfsumme: 1dd702f6d980f4df26ddefcaf128f2f3762098e71cb08f1b1694881cab3ec812) enthaltenen und für Zwecke der Offenlegung erstellten Wiedergaben des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts (im Folgenden auch als „ESEF-Unterlagen" bezeichnet) den Vorgaben des § 328 Abs. 1 HGB an das elektronische Berichtsformat („ESEF-Format") in allen wesentlichen Belangen entsprechen. In Einklang mit den deutschen gesetzlichen Vorschriften erstreckt sich diese Prüfung nur auf die Überführung der Informationen des Konzernabschlusses und des Konzern¬lageberichts in das ESEF-Format und daher weder auf die in diesen Wiedergaben enthaltenen noch auf andere in der oben genannten Datei enthaltene Informationen.

Nach unserer Beurteilung entsprechen die in der oben genannten Datei enthaltenen und für Zwecke der Offenlegung erstellten Wiedergaben des Konzern-abschlusses und des Konzernlageberichts in allen wesentlichen Belangen den Vorgaben des § 328 Abs. 1 HGB an das elektronische Berichtsformat. Über dieses Prüfungsurteil sowie unsere im voranstehenden „Vermerk über die Prüfung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts" enthaltenen Prüfungsurteile zum beigefügten Konzernabschluss und zum beigefügten Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2021 bis zum 31. Dezember 2021 hinaus geben wir keinerlei Prüfungsurteil zu den in diesen Wiedergaben enthaltenen Informationen sowie zu den anderen in der oben genannten Datei enthaltenen Informationen ab.

Grundlage für das Prüfungsurteil

Wir haben unsere Prüfung der in der oben genannten Datei enthaltenen Wiedergaben des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts in Übereinstimmung mit § 317 Abs. 3a HGB unter Beachtung des IDW Prüfungsstandards: Prüfung der für Zwecke der Offenlegung erstellten elektronischen Wiedergaben von Abschlüssen und Lageberichten nach § 317 Abs. 3a HGB (IDW PS 410) durchgeführt. Unsere Verantwortung danach ist im Abschnitt „Verantwortung des Konzernabschlussprüfers für die Prüfung der ESEF-Unterlagen" weitergehend beschrieben. Unsere Wirtschaftsprüferpraxis hat die Anforderungen an das Qualitätssicherungssystem des IDW Qualitätssicherungsstandards: Anforderungen an die Qualitätssicherung in der Wirtschaftsprüferpraxis (IDW QS 1) angewendet.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter und des Aufsichtsrats für die ESEF-Unterlagen

Die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft sind verantwortlich für die Erstellung der ESEF-Unterlagen mit den elektronischen Wiedergaben des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts nach Maßgabe des § 328 Abs. 1 Satz 4 Nr. 1 HGB und für die Auszeichnung des Konzernabschlusses nach Maßgabe des § 328 Abs. 1 Satz 4 Nr. 2 HGB.

Ferner sind die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig erachten, um die Erstellung der ESEF-Unterlagen zu ermöglichen, die frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – Verstößen gegen die Vorgaben des § 328 Abs. 1 HGB an das elektronische Berichtsformat sind.

Der Aufsichtsrat ist verantwortlich für die Überwachung der Erstellung der ESEF-Unterlagen als Teil des Rechnungslegungsprozesses.

Verantwortung des Konzernabschlussprüfers für die Prüfung der ESEF-Unterlagen

Unsere Zielsetzung ist, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob die ESEF-Unterlagen frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – Verstößen gegen die Anforderungen des § 328 Abs. 1 HGB sind. Während der Prüfung üben wir pflichtgemäßes Ermessen aus und bewahren eine kritische Grundhaltung. Darüber hinaus

– identifizieren und beurteilen wir die Risiken wesentlicher – beabsichtigter oder unbeabsichtigter – Verstöße gegen die Anforderungen des § 328 Abs. 1 HGB, planen und führen Prüfungshandlungen als Reaktion auf diese Risiken durch sowie erlangen Prüfungsnachweise, die ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unser Prüfungsurteil zu dienen;

– gewinnen wir ein Verständnis von den für die Prüfung der ESEF-Unterlagen relevanten internen Kontrollen, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit dieser Kontrollen abzugeben;

– beurteilen wir die technische Gültigkeit der ESEF-Unterlagen, d.h. ob die die ESEF-Unterlagen enthaltende Datei die Vorgaben der Delegierten Verordnung (EU) 2019/815 in der zum Abschlussstichtag geltenden Fassung an die technische Spezifikation für diese Datei erfüllt;

– beurteilen wir, ob die ESEF-Unterlagen eine inhaltsgleiche XHTML-Wiedergabe des geprüften Konzernabschlusses und des geprüften Konzernlageberichts ermöglichen;

– beurteilen wir, ob die Auszeichnung der ESEF-Unterlagen mit Inline XBRL-Technologie (iXBRL) eine angemessene und vollständige maschinenlesbare XBRL-Kopie der XHTML-Wiedergabe ermöglicht.

Übrige Angaben gemäß Artikel 10 EU-APrVO

Wir wurden von der Hauptversammlung am 1. Juni 2021 als Abschlussprüfer gewählt. Wir wurden am 31. August 2021 vom Aufsichtsrat beauftragt. Wir sind seit dem Geschäftsjahr 2019 als Abschlussprüfer der ProSiebenSat.1 Media SE tätig.

Wir erklären, dass die in diesem Bestätigungsvermerk enthaltenen Prüfungsurteile mit dem zusätzlichen Bericht an den Prüfungsausschuss nach Artikel 11 EU-APrVO (Prüfungsbericht) in Einklang stehen.

Wir haben folgende Leistungen, die nicht im Konzernabschluss oder im Konzernlagebericht angegeben wurden, zusätzlich zur Abschlussprüfung für das geprüfte Unternehmen bzw. für die von diesem beherrschten Unternehmen erbracht: Nicht gesetzlich vorgeschriebene Bestätigungsleistungen in Bezug auf Finanzinformationen und ein Assessment der Governance-Struktur.

Sonstiger Sachverhalt – Verwendung des Bestätigungsvermerks

Unser Bestätigungsvermerk ist stets im Zusammenhang mit dem geprüften Konzernabschluss und dem geprüften Konzernlagebericht sowie den geprüften ESEF-Unterlagen zu lesen. Der in das ESEF-Format überführte Konzernabschluss und Konzernlagebericht – auch die im Bundesanzeiger bekanntzumachenden Fassungen – sind lediglich elektronische Wiedergaben des geprüften Konzernabschlusses und des geprüften Konzernlageberichts und treten nicht an deren Stelle.

Insbesondere ist der ESEF-Vermerk und unser darin enthaltenes Prüfungsurteil nur in Verbindung mit den in elektronischer Form bereitgestellten geprüften ESEF-Unterlagen verwendbar.

VERANTWORTLICHER WIRTSCHAFTSPRÜFER

Die für die Prüfung verantwortliche Wirtschaftsprüferin ist Nathalie Mielke.

Berlin, 1. März 2022

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Prof. Dr. Hayn Wirtschaftsprüfer	Mielke Wirtschaftsprüferin

VERMERK DES UNABHÄNGIGEN WIRTSCHAFTSPRÜFERS ÜBER EINE BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHE PRÜFUNG ZUR ERLANGUNG HINREICHENDER SICHERHEIT

An die ProSiebenSat.1 Media SE, Unterföhring

Wir haben den nichtfinanziellen Konzernbericht der ProSiebenSat.1 Media SE, Unterföhring, (im Folgenden die „Gesellschaft"), bestehend aus den im Abschnitt „Nachhaltigkeit" des Geschäftsberichts 2021 gesondert durch ein rotes Dreieck am Anfang (▼) und am Ende (▲) der jeweiligen Textpassage gekennzeichneten Angaben sowie dem durch Verweisung als Bestandteil qualifizierten Abschnitt „Organisation und Konzernstruktur" des Konzernlageberichts, für den Zeitraum vom 1. Januar 2021 bis 31. Dezember 2021 (im Folgenden der „nichtfinanzielle Bericht") einer Prüfung zur Erlangung hinreichender Sicherheit unterzogen.

Sonstige Verweise auf Angaben außerhalb des nichtfinanziellen Berichts waren nicht Gegenstand unserer Prüfung.

VERANTWORTUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER

Die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft sind verantwortlich für die Aufstellung des nichtfinanziellen Berichts in Übereinstimmung mit den §§ 315c i.V.m. 289c bis 289e HGB und Artikel 8 der Verordnung (EU) 2020/852 des europäischen Parlaments und des Rates vom 18. Juni 2020 über die Einrichtung eines Rahmens zur Erleichterung nachhaltiger Investitionen und zur Änderung der Verordnung (EU) 2019/2088 (im Folgenden die „EU-Taxonomieverordnung") und den hierzu erlassenen delegierten Rechtsakten sowie mit deren eigenen in Abschnitt „Angaben gemäß EU-Taxonomie-Verordnung" des nichtfinanziellen Berichts dargestellten Auslegung der in der EU-Taxonomieverordnung und den hierzu erlassenen delegierten Rechtsakten enthaltenen Formulierungen und Begriffe.

Diese Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft umfasst die Auswahl und Anwendung angemessener Methoden zur nichtfinanziellen Berichterstattung sowie das Treffen von Annahmen und die Vornahme von Schätzungen zu einzelnen nichtfinanziellen Angaben des Konzerns, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig erachtet haben, um die Aufstellung eines nichtfinanziellen Berichts zu ermöglichen, die frei von wesentlichen falschen Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen (Manipulation des nichtfinanziellen Berichts) oder Irrtümern ist.

Die EU-Taxonomieverordnung und die hierzu erlassenen delegierten Rechtsakte enthalten Formulierungen und Begriffe, die noch erheblichen Auslegungsunsicherheiten unterliegen und für die noch nicht in jedem Fall Klarstellungen veröffentlicht wurden. Daher haben die gesetzlichen Vertreter ihre Auslegung der EU-Taxonomieverordnung und der hierzu erlassenen delegierten

Rechtsakte in Abschnitt „Angaben gemäß EU-Taxonomie-Verordnung" des nichtfinanziellen Berichts niedergelegt. Sie sind verantwortlich für die Vertretbarkeit dieser Auslegung. Aufgrund des immanenten Risikos, dass unbestimmte Rechtsbegriffe unterschiedlich ausgelegt werden können, ist die Rechtskonformität der Auslegung mit Unsicherheiten behaftet.

UNABHÄNGIGKEIT UND QUALITÄTSSICHERUNG DER WIRTSCHAFTSPRÜFUNGSGESELLSCHAFT

Wir haben die deutschen berufsrechtlichen Vorschriften zur Unabhängigkeit sowie weitere berufliche Verhaltensanforderungen eingehalten.

Unsere Wirtschaftsprüfungsgesellschaft wendet die nationalen gesetzlichen Regelungen und berufsständischen Verlautbarungen – insbesondere der Berufssatzung für Wirtschaftsprüfer und vereidigte Buchprüfer (BS WP/vBP) sowie des vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) herausgegebenen IDW Qualitätssicherungsstandards: Anforderungen an die Qualitätssicherung in der Wirtschaftsprüferpraxis (IDW QS 1) an und unterhält dementsprechend ein umfangreiches Qualitätssicherungssystem, das dokumentierte Regelungen und Maßnahmen in Bezug auf die Einhaltung beruflicher Verhaltensanforderungen, beruflicher Standards sowie maßgebender gesetzlicher und anderer rechtlicher Anforderungen umfasst.

VERANTWORTUNG DES WIRTSCHAFTSPRÜFERS

Unsere Aufgabe ist es, auf Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung ein Prüfungsurteil mit hinreichender Sicherheit über den nichtfinanziellen Bericht abzugeben.

Wir haben unsere betriebswirtschaftliche Prüfung unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised): „Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information", herausgegeben vom IAASB, durchgeführt. Danach haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir mit einer hinreichenden Sicherheit beurteilen können, ob der nichtfinanzielle Bericht der Gesellschaft in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den §§ 315c i.V.m. 289c bis 289e HGB und der EU-Taxonomieverordnung und den hierzu erlassenen delegierten Rechtsakten sowie der in Abschnitt „Angaben gemäß EU-Taxonomie-Verordnung" des nichtfinanziellen Berichts dargestellten Auslegung durch die gesetzlichen Vertreter aufgestellt worden ist. Nicht Gegenstand unserer Prüfung waren sonstige Verweise auf Angaben außerhalb des nichtfinanziellen Berichts.

Die Prüfung des nichtfinanziellen Berichts umfasst die Durchführung von Prüfungshandlungen und das Erlangen von Prüfungsnachweisen für die in dem nichtfinanziellen Bericht enthaltenen quantitativen und qualitativen Angaben, die ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unser Prüfungsurteil zu dienen.

Während der Prüfung üben wir pflichtgemäßes Ermessen aus und bewahren eine kritische Grundhaltung. Darüber hinaus umfassen unsere Prüfungshandlungen:

– Gewinnung eines Verständnisses hinsichtlich der Auswahl der Themen für den nichtfinanziellen Bericht, der Risikoeinschätzung und der Konzepte des Konzerns für die als wesentlich identifizierten Themen,

– Identifizierung und Beurteilung der Risiken wesentlicher – beabsichtigter oder unbeabsichtigter – falscher Darstellungen im nichtfinanziellen Bericht, Planung und Durchführung von Prüfungshandlungen als Reaktion auf diese Risiken sowie Erlangung von Prüfungsnachweisen, die ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unser Prüfungsurteil zu dienen. Das Risiko, dass wesentliche falsche Darstellungen nicht aufgedeckt werden, ist bei Verstößen höher als bei Unrichtigkeiten, da Verstöße betrügerisches Zusammenwirken, Fälschungen,

beabsichtigte Unvollständigkeiten, irreführende Darstellungen bzw. das Außerkraftsetzen interner Kontrollen beinhalten können,

- Gewinnung eines Verständnisses von dem für die Prüfung des nichtfinanziellen Berichts relevanten internen Kontrollsystem, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit dieser Systeme abzugeben,

- Einholung ausreichender, geeigneter Prüfungsnachweise für die Nachhaltigkeitsinformationen der Unternehmen innerhalb des Konzerns, um unser Prüfungsurteil abzugeben,

- Beurteilung der Angemessenheit der von den gesetzlichen Vertretern angewandten Methoden sowie der Vertretbarkeit der von den gesetzlichen Vertretern dargestellten geschätzten Werte und damit zusammenhängenden Angaben und

- Beurteilung der Darstellung der Angaben des nichtfinanziellen Berichts.

Die gesetzlichen Vertreter haben bei der Ermittlung der Angaben gemäß Artikel 8 der EU-Taxonomieverordnung unbestimmte Rechtsbegriffe auszulegen. Aufgrund des immanenten Risikos, dass unbestimmte Rechtsbegriffe unterschiedlich ausgelegt werden können, sind die Rechtskonformität der Auslegung und dementsprechend unsere diesbezügliche Prüfung mit Unsicherheiten behaftet.

Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und angemessen sind, um als Grundlage für unser Prüfungsurteil zu dienen.

PRÜFUNGSURTEIL

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse ist der nichtfinanzielle Bericht der ProSiebenSat.1 Media SE für den Zeitraum vom 1. Januar 2021 bis 31. Dezember 2021 in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den §§ 315c i.V.m. 289c bis 289e HGB und der EU-Taxonomieverordnung und den hierzu erlassenen delegierten Rechtsakten sowie der in Abschnitt „Angaben gemäß EU-Taxonomie-Verordnung“ des nichtfinanziellen Berichts dargestellten Auslegung durch die gesetzlichen Vertreter aufgestellt worden.

Wir geben kein Prüfungsurteil zu den sonstigen Verweisen auf Angaben außerhalb des nichtfinanziellen Berichts ab.

VERWENDUNGSBESCHRÄNKUNG FÜR DEN VERMERK

Wir weisen darauf hin, dass die Prüfung für Zwecke der Gesellschaft durchgeführt und der Vermerk nur zur Information der Gesellschaft über das Ergebnis der Prüfung bestimmt ist. Folglich ist er möglicherweise für einen anderen als den vorgenannten Zweck nicht geeignet. Somit ist der Vermerk nicht dazu bestimmt, dass Dritte hierauf gestützt (Vermögens-)Entscheidungen treffen. Unsere Verantwortung besteht allein der Gesellschaft gegenüber. Dritten gegenüber übernehmen wir dagegen keine Verantwortung. Unser Prüfungsurteil ist in dieser Hinsicht nicht modifiziert.

AUFTRAGSBEDINGUNGEN UND HAFTUNG

Für diesen Auftrag gelten, auch im Verhältnis zu Dritten, unsere Allgemeinen Auftragsbedingungen für Wirtschaftsprüfer und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften vom 1. Januar 2017 (www.de.ey.com/IDW-Auftragsbedingungen). Wir verweisen ergänzend auf die dort in Ziffer 9 enthaltenen Haftungsregelungen und auf den Haftungsausschluss gegenüber Dritten. Dritten

gegenüber übernehmen wir keine Verantwortung, Haftung oder anderweitige Pflichten, es sei denn, dass wir mit dem Dritten eine anders lautende schriftliche Vereinbarung geschlossen hätten oder ein solcher Haftungsausschluss unwirksam wäre.

Wir weisen ausdrücklich darauf hin, dass wir keine Aktualisierung des Vermerks hinsichtlich nach seiner Erteilung eintretender Ereignisse oder Umstände vornehmen, sofern hierzu keine rechtliche Verpflichtung besteht. Wer auch immer das in vorstehendem Vermerk zusammengefasste Ergebnis unserer Tätigkeit zur Kenntnis nimmt, hat eigenverantwortlich zu entscheiden, ob und in welcher Form er dieses Ergebnis für seine Zwecke nützlich und tauglich erachtet und durch eigene Untersuchungshandlungen erweitert, verifiziert oder aktualisiert.

München, den 1. März 2022

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Richter
Wirtschaftsprüferin

Johne
Wirtschaftsprüferin

VERMERK DES UNABHÄNGIGEN WIRTSCHAFTSPRÜFERS ÜBER EINE BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHE PRÜFUNG ZUR ERLANGUNG BEGRENZTER SICHERHEIT

An die ProSiebenSat.1 Media SE, Unterföhring

Wir haben den Nachhaltigkeitsbericht der ProSiebenSat.1 Media SE, Unterföhring, (im Folgenden die „Gesellschaft") für den Zeitraum vom 1. Januar 2021 bis 31. Dezember 2021 (im Folgenden der „Nachhaltigkeitsbericht") einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit unterzogen.

Unser Auftrag bezieht sich dabei ausschließlich auf die deutsche PDF-Version des Nachhaltigkeitsberichts. Sonstige Verweise auf Angaben außerhalb des Nachhaltigkeitsberichts waren nicht Gegenstand unserer Prüfung.

VERANTWORTUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER

Die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft sind verantwortlich für die Aufstellung des Nachhaltigkeitsberichts in Übereinstimmung mit den in den Sustainability Reporting Standards der Global Reporting Initiative genannten Grundsätzen (im Folgenden die „GRI-Kriterien") sowie für die Auswahl der zu beurteilenden Angaben.

Diese Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft umfasst die Auswahl und Anwendung angemessener Methoden zur nichtfinanziellen Berichterstattung sowie das Treffen von Annahmen und die Vornahme von Schätzungen zu einzelnen nichtfinanziellen Angaben des Konzerns, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig erachtet haben, um die Aufstellung eines Nachhaltigkeitsberichts zu ermöglichen, der frei von wesentlichen falschen Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen (Manipulation des Nachhaltigkeitsberichts) oder Irrtümern ist.

UNABHÄNGIGKEIT UND QUALITÄTSSICHERUNG DER WIRTSCHAFTSPRÜFUNGSGESELLSCHAFT

Wir haben die deutschen berufsrechtlichen Vorschriften zur Unabhängigkeit sowie weitere berufliche Verhaltensanforderungen eingehalten.

Unsere Wirtschaftsprüfungsgesellschaft wendet die nationalen gesetzlichen Regelungen und berufsständischen Verlautbarungen – insbesondere der Berufssatzung für Wirtschaftsprüfer und vereidigte Buchprüfer (BS WP/vBP) sowie des vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) herausgegebenen IDW Qualitätssicherungsstandards: Anforderungen an die Qualitätssicherung in

der Wirtschaftsprüferpraxis (IDW QS 1) an und unterhält dementsprechend ein umfangreiches Qualitätssicherungssystem, das dokumentierte Regelungen und Maßnahmen in Bezug auf die Einhaltung beruflicher Verhaltensanforderungen, beruflicher Standards sowie maßgebender gesetzlicher und anderer rechtlicher Anforderungen umfasst.

VERANTWORTUNG DES WIRTSCHAFTSPRÜFERS

Unsere Aufgabe ist es, auf Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung ein Prüfungsurteil mit begrenzter Sicherheit über den Nachhaltigkeitsbericht abzugeben.

Wir haben unsere betriebswirtschaftliche Prüfung unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised): „Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information", herausgegeben vom IAASB, durchgeführt. Danach haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir mit begrenzter Sicherheit beurteilen können, ob uns Sachverhalte bekannt geworden sind, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass der Nachhaltigkeitsbericht der Gesellschaft in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den GRI-Kriterien aufgestellt worden ist. Nicht Gegenstand unserer Prüfung waren sonstige Verweise auf Angaben außerhalb des Nachhaltigkeitsberichts.

Bei einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit weniger umfangreich, sodass dementsprechend eine erheblich geringere Prüfungssicherheit erlangt wird. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Wirtschaftsprüfers.

Im Rahmen unserer Prüfung haben wir u.a. folgende Prüfungshandlungen und sonstige Tätigkeiten durchgeführt:

- Befragung von Mitarbeitern hinsichtlich der Nachhaltigkeitsstrategie, der Nachhaltigkeitsgrundsätze und des Nachhaltigkeitsmanagements der ProSiebenSat.1 Media SE,
- Befragung von Mitarbeitern der Konzernzentrale sowie der Fachabteilungen, die in die Aufstellung des Nachhaltigkeitsberichts einbezogen wurden, über den Aufstellungsprozess, über das auf diesen Prozess bezogene interne Kontrollsystem sowie über Angaben im Nachhaltigkeitsbericht,
- Befragung von Mitarbeitern des Konzerns, die mit der Datenerfassung und -konsolidierung sowie der Erstellung des Nachhaltigkeitsberichts betraut sind, zur Beurteilung des Berichterstattungssystems, der Methoden der Datengewinnung und -aufbereitung sowie der internen Kontrollen, soweit sie für die Prüfung der Angaben im Nachhaltigkeitsbericht relevant sind,
- Identifikation wahrscheinlicher Risiken wesentlicher falscher Angaben im Nachhaltigkeitsbericht,
- Analytische Beurteilung von ausgewählten Angaben des Nachhaltigkeitsberichts auf Ebene des Konzerns und einzelner Gesellschaften,
- Befragungen und Dokumenteneinsicht in Stichproben hinsichtlich der Erhebung und Berichterstattung von ausgewählten qualitativen Angaben und Daten,
- Abgleich von ausgewählten Angaben mit den entsprechenden Daten im Konzernabschluss und Konzernlagebericht und
- Beurteilung der Darstellung des Nachhaltigkeitsberichts.

PRÜFUNGSURTEIL

Auf der Grundlage der durchgeführten Prüfungshandlungen und der erlangten Prüfungsnachweise sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass der Nachhaltigkeitsbericht der ProSiebenSat.1 Media SE für den Zeitraum vom 1. Januar 2021 bis 31. Dezember 2021 in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den GRI-Kriterien aufgestellt worden ist.

Wir geben kein Prüfungsurteil zu den sonstigen Verweisen auf Angaben außerhalb des Nachhaltigkeitsberichts ab.

VERWENDUNGSBESCHRÄNKUNG FÜR DEN VERMERK

Wir weisen darauf hin, dass die Prüfung für Zwecke der Gesellschaft durchgeführt und der Vermerk nur zur Information der Gesellschaft über das Ergebnis der Prüfung bestimmt ist. Folglich ist er möglicherweise für einen anderen als den vorgenannten Zweck nicht geeignet. Somit ist der Vermerk nicht dazu bestimmt, dass Dritte hierauf gestützt (Vermögens-)Entscheidungen treffen. Unsere Verantwortung besteht allein der Gesellschaft gegenüber. Dritten gegenüber übernehmen wir dagegen keine Verantwortung. Unser Prüfungsurteil ist in dieser Hinsicht nicht modifiziert.

AUFTRAGSBEDINGUNGEN UND HAFTUNG

Für diesen Auftrag gelten, auch im Verhältnis zu Dritten, unsere Allgemeinen Auftragsbedingungen für Wirtschaftsprüfer und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften vom 1. Januar 2017 (www.de.ey.com/IDW-Auftragsbedingungen). Wir verweisen ergänzend auf die dort in Ziffer 9 enthaltenen Haftungsregelungen und auf den Haftungsausschluss gegenüber Dritten. Dritten gegenüber übernehmen wir keine Verantwortung, Haftung oder anderweitige Pflichten, es sei denn, dass wir mit dem Dritten eine anders lautende schriftliche Vereinbarung geschlossen hätten oder ein solcher Haftungsausschluss unwirksam wäre.

Wir weisen ausdrücklich darauf hin, dass wir keine Aktualisierung des Vermerks hinsichtlich nach seiner Erteilung eintretender Ereignisse oder Umstände vornehmen, sofern hierzu keine rechtliche Verpflichtung besteht. Wer auch immer das in vorstehendem Vermerk zusammengefasste Ergebnis unserer Tätigkeit zur Kenntnis nimmt, hat eigenverantwortlich zu entscheiden, ob und in welcher Form er dieses Ergebnis für seine Zwecke nützlich und tauglich erachtet und durch eigene Untersuchungshandlungen erweitert, verifiziert oder aktualisiert.

München, den 1. März 2022

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Richter
Wirtschaftsprüferin

Johne
Wirtschaftsprüferin

PRÜFUNGSVERMERK DES WIRTSCHAFTSPRÜFERS

An die ProSiebenSat.1 Media SE, Unterföhring

Wir haben den beigefügten, zur Erfüllung des § 162 AktG aufgestellten Vergütungsbericht der ProSiebenSat.1 Media SE, Unterföhring, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2021 bis zum 31. Dezember 2021 einschließlich der dazugehörigen Angaben geprüft.

VERANTWORTUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER UND DES AUFSICHTSRATS

Die gesetzlichen Vertreter und der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE sind verantwortlich für die Aufstellung des Vergütungsberichts, einschließlich der dazugehörigen Angaben, der den Anforderungen des § 162 AktG entspricht. Die gesetzlichen Vertreter und der Aufsichtsrat sind auch verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig erachten, um die Aufstellung eines Vergütungsberichts, einschließlich der dazugehörigen Angaben, zu ermöglichen, der frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Angaben ist.

VERANTWORTUNG DES WIRTSCHAFTSPRÜFERS

Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage unserer Prüfung ein Urteil zu diesem Vergütungsbericht, einschließlich der dazugehörigen Angaben, abzugeben. Wir haben unsere Prüfung unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführt. Danach haben wir die Berufspflichten einzuhalten und die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass hinreichende Sicherheit darüber erlangt wird, ob der Vergütungsbericht, einschließlich der dazugehörigen Angaben, frei von wesentlichen falschen Angaben ist.

Eine Prüfung umfasst die Durchführung von Prüfungshandlungen, um Prüfungsnachweise für die im Vergütungsbericht enthaltenen Wertansätze einschließlich der dazugehörigen Angaben zu erlangen. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Wirtschaftsprüfers. Dies schließt die Beurteilung der Risiken wesentlicher – beabsichtigter oder unbeabsichtigter – falscher Angaben im Vergütungsbericht einschließlich der dazugehörigen Angaben ein. Bei der Beurteilung dieser Risiken berücksichtigt der Wirtschaftsprüfer das interne Kontrollsystem, das relevant ist für die Aufstellung des Vergütungsberichts einschließlich der dazugehörigen Angaben. Ziel hierbei ist es, Prüfungshandlungen zu planen und durchzuführen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit des internen Kontrollsystems des Unternehmens abzugeben. Eine Prüfung umfasst auch die Beurteilung der angewandten Rechnungslegungsmethoden, der Vertretbarkeit der von den gesetzlichen Vertretern und dem Aufsichtsrat ermittelten geschätzten Werte in der Rechnungslegung sowie die Beurteilung der Gesamtdarstellung des Vergütungsberichts, einschließlich der dazugehörigen Angaben.

Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und angemessen sind, um als Grundlage für unser Prüfungsurteil zu dienen.

PRÜFUNGSURTEIL

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Vergütungsbericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2021 bis zum 31. Dezember 2021 einschließlich der dazugehörigen Angaben in allen wesentlichen Belangen den Rechnungslegungsbestimmungen des § 162 AktG.

SONSTIGER SACHVERHALT – FORMELLE PRÜFUNG DES VERGÜTUNGSBERICHTS

Die in diesem Prüfungsvermerk beschriebene inhaltliche Prüfung des Vergütungsberichts umfasst die von § 162 Abs. 3 AktG geforderte formelle Prüfung des Vergütungsberichts, einschließlich der Erteilung eines Vermerks über diese Prüfung. Da wir ein uneingeschränktes Prüfungsurteil über die inhaltliche Prüfung des Vergütungsberichts abgeben, schließt dieses Prüfungsurteil ein, dass die Angaben nach § 162 Abs. 1 und 2 AktG in allen wesentlichen Belangen im Vergütungsbericht gemacht worden sind.

HAFTUNGSBESCHRÄNKUNG

Für die Durchführung des Auftrags und unsere Verantwortlichkeit und Haftung gelten, auch im Verhältnis zu Dritten, die diesem Prüfungsvermerk beigefügten „Allgemeinen Auftragsbedingungen für Wirtschaftsprüfer und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften" in der vom Institut der Wirtschaftsprüfer herausgegebenen Fassung vom 1. Januar 2017.

München, den 1. März 2022

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Prof. Dr. Sven Hayn Wirtschaftsprüfer	Nathalie Mielke Wirtschaftsprüferin

KENNZAHLEN: MEHRJAHRESÜBERSICHT KONZERN

in Mio Euro	**2021**	2020	2019	2018	2017
Umsatzerlöse	4.494	4.047	4.135	4.009	4.078
Adjusted EBITDA[1]	840	706	872	1.013	1.050
Adjusted EBITDA-Marge (in %)	18,7	17,4	21,1	25,3	25,8
EBITDA	804	801	838	570	1.084
Betriebsergebnis (EBIT)	553	553	578	348	820
Ergebnis vor Steuern	607	370	572	344	646
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzernergebnis	449	267	413	248	471
Adjusted net income[2]	362	221	387	541	550
Bereinigtes Ergebnis je Aktie (in Euro)	1,60	0,98	1,71	2,36	2,40
Auszahlungen für die Beschaffung von Programmvermögen	1.060	1.063	1.072	1.070	1.048
Adjusted Operating Free Cashflow[3]	599	424	—	—	—
Free Cashflow	289	120	207	–78	728
Cashflow aus Investitionstätigkeit	–1.249	–1.391	–1.396	–1.536	–894

in Mio Euro	**31.12.2021**	31.12.2020	31.12.2019	31.12.2018	31.12.2017
Programmvermögen	1.145	1.213	1.204	1.113	1.198
Eigenkapital	2.099	1.687	1.288	1.070	1.252
Eigenkapitalquote (in %)	31,9	23,8	19,5	16,5	19,1
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	594	1.224	950	1.031	1.552
Finanzverbindlichkeiten	2.446	3.192	3.195	3.194	3.185
Verschuldungsgrad[4]	2,2	2,8	2,6	2,1	1,6[6]
Netto-Finanzverbindlichkeiten	1.852	1.968	2.245	2.163	1,632[6]
Mitarbeiter[5]	7.906	7.307	7.253	6.583	6.483

1 Um Sondereffekte bereinigtes EBITDA.
2 Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzernergebnis vor Abschreibungen und Wertminderungen aus Kaufpreisallokationen, bereinigt um Sondereffekte. Dazu zählen im sonstigen Finanzergebnis erfasste Bewertungseffekte, Bewertungseffekte aus Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten, Bewertungseffekte aus Zinssicherungsgeschäften sowie sonstige wesentliche Einmaleffekte. Darüber hinaus werden die aus den Bereinigungen resultierenden Steuereffekte ebenfalls bereinigt. Siehe Konzernlagebericht, Kapitel "Planung und Steuerung".
3 Mit dem Geschäftsjahr 2021 hat die ProSiebenSat.1 Group den "adjusted Operating Free Cashflow" neben anderen als bedeutsamsten finanziellen Leistungsindikator eingeführt. Eine Definition findet sich im Kapitel "Planung und Steuerung" des Konzernlageberichts. Für die Jahre vor dem Geschäftsjahr 2020 wurde die Kennzahl nicht ermittelt.
4 Verhältnis von Netto-Finanzverbindlichkeiten zum adjusted EBITDA der letzten zwölf Monate.
5 Vollzeitäquivalente Stellen zum Stichtag.
6 Nach Umgliederung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente von den zur Veräußerung gehaltenen Gesellschaften.

KENNZAHLEN: MEHRJAHRESÜBERSICHT SEGMENTE

in Mio Euro	**2021**	2020	2019
Entertainment			
Außenumsatzerlöse	3.098	2.768	3.016
Adjusted EBITDA[1]	698	561	774
Dating & Video			
Außenumsatzerlöse	542	333	209
Adjusted EBITDA[1]	119	80	44
Commerce & Ventures			
Außenumsatzerlöse	854	945	910
Adjusted EBITDA[1]	50	84	116
Überleitung (Holding & Sonstiges)			
Adjusted EBITDA[1]	–26	–19	–61

1 Um Sondereffekte bereinigtes EBITDA.

FINANZKALENDER

Datum	Event
3. März 2022	Veröffentlichung des Geschäftsberichts 2021 Pressekonferenz/Analysten-Telefonkonferenz anlässlich der Zahlen 2021
5. Mai 2022	Ordentliche Hauptversammlung 2022
12. Mai 2022	Veröffentlichung der Quartalsmitteilung für das 1. Quartal 2022
11. August 2022	Veröffentlichung des Halbjahresfinanzberichts 2022
15. November 2022	Veröffentlichung der Quartalsmitteilung für das 3. Quartal 2022

IMPRESSUM/ KONTAKTE

PRESSE
ProSiebenSat.1 Media SE
Konzernkommunikation
Medienallee 7
85774 Unterföhring
Tel.: +49 [0]89 95 07—11 45
Fax: +49 [0]89 95 07—11 59
E-Mail: info@prosiebensat1.com

INVESTOR RELATIONS
ProSiebenSat.1 Media SE
Investor Relations
Medienallee 7
85774 Unterföhring
Tel.: +49 [0]89 95 07—15 02
Fax: +49 [0]89 95 07—15 21
E-Mail: aktie@prosiebensat1.com

HERAUSGEBER
ProSiebenSat.1 Media SE
Medienallee 7
85774 Unterföhring
Tel.: +49 [0]89 95 07—10
Fax: +49 [0]89 95 07—11 21
www.ProSiebenSat1.com
HRB 219 439 AG München

INHALT & GESTALTUNG
ProSiebenSat.1 Media SE
Konzernkommunikation

nexxar GmbH, Wien, Österreich

PHOTO CREDITS
Inhaltsverzeichnis: Relevant © ProSieben/Michael de Boer // Innovativ © AdobeStock // Wertschaffend © Jochen Schweizer // **Unser Vorstand:** Vorstandsbild © Seven.One/Robert Brembeck // Interview Linda Zervakis und Rainer Beaujean © ProSiebenSat.1 Media SE // **Bericht des Aufsichtsrats:** Portrait Dr. Werner Brandt © ProSiebenSat.1 Media SE/Manfred Jarisch

DIE PROSIEBENSAT.1 GROUP IM INTERNET

Diese und andere Veröffentlichungen sowie Informationen über die ProSiebenSat.1 Group erhalten Sie im Internet unter der Adresse
www.ProSiebenSat1.com

ZUKUNFTSGERICHTETE AUSSAGEN

Dieser Bericht beinhaltet zukunftsgerichtete Aussagen über die ProSiebenSat.1 Media SE und die ProSiebenSat.1 Group, die mitunter durch Verwendung der Begriffe „erwarten", „beabsichtigen", „planen", „annehmen", „das Ziel verfolgen" und ähnliche Formulierungen kenntlich gemacht werden. Eine Vielzahl von Faktoren, von denen zahlreiche außerhalb des Einflussbereichs der ProSiebenSat.1 Media SE liegen, beeinflusst die Geschäfts-aktivitäten, den Erfolg, die Geschäftsstrategie und die Ergebnisse der ProSiebenSat.1 Media SE. Zukunftsorientierte Aussagen sind keine historischen Fakten und beinhalten daher bekannte und unbekannte Risiken, Unsicherheiten und andere wichtige Faktoren, die dazu führen könnten, dass die tatsächlichen Ergebnisse von den erwarteten Ergebnissen abweichen. Diese in die Zukunft gerichteten Aussagen beruhen auf gegenwärtigen Plänen, Zielen, Schätzungen und Prognosen und berücksichtigen Erkenntnisse nur bis einschließlich des Datums der Erstellung dieses Berichts. In Anbetracht dieser Risiken, Ungewissheiten sowie anderer wichtiger Faktoren übernimmt die ProSiebenSat.1 Media SE keine Verpflichtung und beabsichtigt auch nicht, derartige zukunftsgerichtete Aussagen fortzuschreiben und an zukünftige Ereignisse und Entwicklungen anzupassen. Obwohl mit größtmöglicher Sorgfalt sichergestellt wird, dass die hierin bereitgestellten Informationen und Fakten zutreffend und dass die Meinungen und Erwartungen angemessen sind, wird keine Haftung oder Garantie auf Vollständigkeit, Richtigkeit, Angemessenheit und/oder Genauigkeit jeglicher hier enthaltener Informationen und Meinungen übernommen. Dieser Bericht liegt ebenfalls in einer englischen Übersetzung vor; bei Abweichungen geht die deutsche maßgebliche Fassung des Berichts der englischen Übersetzung vor.